

ACADEMIA ROMÂNĂ  
INSTITUTUL DE SOCIOLOGIE

# REVISTA ROMÂNĂ DE SOCIOLOGIE

Serie nouă • Anul XIII  
2002 • Nr. 1–2

*DIN SUMAR:*

ȘTEFAN COSTEA, IRINA CRISTEA, De la „istoria” la „enciclopedia sociologiei românești”.

OSCAR HOFFMAN, DOINA DRAGOMIRESCU, SIMONA RAȘEEV, Schimbări în sistemul instituțional al științei și tehnologiei.

ION GLODEANU, Realități și tendințe în procesul de informatizare a societății românești.

MARIA COBIANU-BĂCANU, CONSTANTIN CUCIUC, PETRUȘ

ALEXANDRESCU, OZANA CUCU-OANCEA, MANUELA GHEORGHE,

Cultura, identitatea națională și religia în dezvoltarea durabilă a societății românești.

IOANA PETRE, Valori, norme și atitudini morale și civice în rândul tineretului.

NICOLAE PERPELEA, CAMELIA BECIU, VALENTINA MARINESCU, SIMONA ȘTEFĂNESCU, Comunicare socială și mass-media. Construcția mediatică a opiniei publice deliberative.

MIRCEA MÂCIU, Locul și rolul etnopsihologiei în cadrul științelor socio-umane.

*COMENTARII; RECENZII ȘI NOTE DE LECTURĂ*



EDITURA ACADEMIEI ROMÂNE

## **COLEGIUL DE REDACȚIE:**

Dr. **SORIN M. RĂDULESCU**, redactor șef; dr. **MARIA COBIANU-BĂCANU**, redactor șef-adjunct; dr. **MARIA LARIONESCU**, redactor șef-adjunct; dr. **IANCU FILIPESCU**, secretar general de redacție; dr. **DAN BANCIU**, director al Institutului de Sociologie; dr. **ȘTEFAN BUZĂRNESCU**; dr. **MIHAIL CERNEA**, membru corespondent al Academiei Române; dr. **EMILIAN DOBRESCU**; dr. **IOAN DRĂGAN**; **ION GLODEANU**, secretar științific al Institutului de Sociologie; dr. **OSCAR HOFFMAN**; dr. **PETRU ILUȚ**; dr. **MICHEL MAFFESOLI**, Universitatea Paris V; dr. **IOANA PETRE**; dr. **PAUL H. STAHL**, membru de onoare al Academiei Române, director de studii la École de Hautes Études en Sciences Sociales (Paris); dr. **IVAN TCHALAKOV**, Președinte al Asociației Sociologilor din Bulgaria; dr. **ION VLĂDUȚ**.

Redactor: **MARIA LAZĂR COLFESCU**

Microprocesare și tehnoredactare text: **CRISTIANA TUTUNEA**

**REDACȚIA INSTITUTULUI DE SOCIOLOGIE „Dimitrie Gusti”**

Calea 13 Septembrie nr. 13, București, cod 76117,

Tel. 337 41 78; 410 32 00/2417, Fax: 337 41 78

e-mail: [isar@ns.isar.acad.ro](mailto:isar@ns.isar.acad.ro)

Redactor: **ANA BOROS**

Tehnoredactare computerizată: **DANIELA FLORESCU**

Coperta: **GIGI GAVRILĂ**

© Copyright, 2003, EDITURA ACADEMIEI ROMÂNE

Calea 13 Septembrie nr. 13, Sector 5, București, România, P.O. Box 5-42, RO-76117,

Telefon: 4021-411 90 08; Fax: 4021-410 39 83

e-mail: [edacad@ear.ro](mailto:edacad@ear.ro)

[www.ear.ro](http://www.ear.ro)

# REVISTA ROMÂNĂ DE SOCIOLOGIE

Anul XIII, Nr. 1-2 • 2002

## SUMAR

### *DIN ACTIVITATEA INSTITUTULUI DE SOCIOLOGIE*

|                                                                                                                                                                                                         |    |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| ȘTEFAN COSTEA, IRINA CRISTEA, De la „istoria” la „enciclopedia sociologiei românești”...                                                                                                                | 3  |
| OSCAR HOFFMAN, DOINA DRAGOMIREȘCU, SIMONA RAȘEEV, Schimbări în<br>sistemul instituțional al științei și tehnologiei.....                                                                                | 17 |
| ION GLODEANU, Realități și tendințe în procesul de informatizare a societății românești .....                                                                                                           | 39 |
| MARIA COBIANU-BĂCANU, CONSTANTIN CUCIUC, PETRUȘ ALEXANDRESCU,<br>OZANA CUCU-OANCEA, MANUELA GHEORGHE, Cultura, identitatea națională<br>și religia în dezvoltarea durabilă a societății românești ..... | 53 |
| IOANA PETRE, Valori, norme, atitudini morale și civice în rândul tineretului.....                                                                                                                       | 71 |
| NICOLAE PERPELEA, CAMELIA BECIU, VALENTINA MARINESCU, SIMONA<br>ȘTEFĂNESCU, Comunicare socială și mass-media. Construcția mediatică a opiniei<br>publice deliberative .....                             | 85 |

### *GÂNDIRE SOCIALĂ*

|                                                                                    |     |
|------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| MIRCEA MĂCIU, Locul și rolul etnopsihologiei în cadrul științelor socio-umane..... | 127 |
|------------------------------------------------------------------------------------|-----|

### *COMENTARII*

|                                                                                                       |     |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| CRISTINA LEOVARIDIS, ANDREEA NICOLAESCU, IMM în orientările și experiențele<br>Uniunii Europene ..... | 145 |
| MONICA UNGUREANU, Identități ale civilizației, naționale ori globale? .....                           | 165 |
| ANA BĂRBULESCU, Democrația, islamul și „sfârșitul istoriei” .....                                     | 175 |

### *RECENZII ȘI NOTE DE LECTURĂ*

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |     |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| ERZSÉBET NOVAKY, VIORICA RAMBA VARGA, MÁRIA KALAS KÖSZEGI (editori),<br><i>Futures Studies in the European Ex-Socialist Countries</i> , Budapest, 2001 (Simona<br>Rașeev); HAZEL MAY, <i>Cine a omorât pe cine? Victimizare și culpabilitate în<br/>construcția socială a omorului</i> , în „British Journal of Sociology”, vol. 50, nr. 31/1999,<br>p. 489–506 (Cristina Dâmboeanu); DINU MARIN, <i>Economia României. Întreprinderile<br/>mici și mijlocii. Cu ce ne integrăm?</i> , București, Editura Economică, 2002 (Cristina<br>Leovaridis, Andreea Nicolaescu); GHEORGHE DIVRICIAN, <i>Teoria și practica<br/>turismului ca fenomen psiho-socio-cultural</i> (Teză de doctorat), București, decembrie<br>2000 (Nicolae Neacșu, Ion Ionescu)..... | 185 |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|

*Principalele rezultate ale activității științifice ale Institutului de Sociologie în anul 2002 se regăsesc în continuitatea investigării unor procese ale tranziției și reformei, care au oferit posibilitatea relevării dinamicii și contradicțiilor procesului de schimbare în România, a efectelor pozitive și negative ale unor procese și fenomene produse în societatea noastră. Structurat pe trei programe de cercetare (Dinamica instituțiilor sociale în procesul de tranziție; Valori, realități și tendințe culturale; și Enciclopedia sociologiei românești), planul de cercetare al institutului s-a concretizat prin publicarea unor studii, sinteze și articole, dintre care cele mai relevante sunt publicate și în numărul de față al „Revistei Române de Sociologie”.*

**Dan Banciu**

## DE LA „ISTORIA” LA „ENCICLOPEDIA SOCIOLOGIEI ROMÂNEȘTI”

ȘTEFAN COSTEA, IRINA CRISTEA

Proiectul de cercetare *Enciclopedia sociologiei românești* constituie componenta finală a unor investigații științifice sistematice efectuate de membrii colectivelor succesive de istoria sociologiei românești, organizate instituțional din anul 1975, în cadrul Centrului de Cercetări Sociologice, astăzi Institutul de Sociologie al Academiei Române.

Geneza colectivului de istoria sociologiei românești și, treptat, transformarea grupului inițial într-o formație de cercetare instituționalizată reprezintă o parte organică a însăși istoriei sociologiei naționale contemporane.

Primul pas în direcția aceasta l-a constituit solicitarea profesorului american Herman Lantz, de la Southern Illinois University din Carbondale – SUA, de a fi sprijinit să realizeze investigațiile necesare în vederea elaborării unei lucrări consacrate destinului sociologiei în țara noastră, de la încheierea celui de-al doilea război mondial și până la data formulării unei asemenea propuneri (vara anului 1974). Lucrarea respectivă urma să facă parte din seria de lucrări elaborate și, unele publicate, pe aceeași temă în celelalte țări din Europa Centrală și de Sud-Est, toate realizate în cadrul unui proiect de cercetare științifică finanțat pe bază de „grant” de cercetare, obținut de profesorul american în cadrul unei licitații din sistemul academic american. Proiectul avea, evident, caracter științific însă, concomitent, el avea și conotații politico-ideologice, științele sociale în general, sociologia în acest caz, neputând fi prin natura lor total „libere de valori”.

„*Revista Română de Sociologie*”, serie nouă, anul XIII, nr. 1–2, p. 3–15, București, 2002

Date fiind particularitățile caracterului socio-politic și cultural al perioadei în care o asemenea propunere a apărut, discutarea ei trebuia să permită crearea fundamentelor care să confere legitimitate angajării noastre într-un asemenea proiect de cooperare, elementele teoretico-metodologice comun convenite, care urmau să fie situate la baza investigațiilor concrete antamate, forțele și resursele umane necesare, precum și condițiile materiale, economice și financiare de susținere a lui.

Pe baza unor atente și îndelungi discuții și analize științifice, dar și politico-ideologice, s-a ajuns la concluzia că un asemenea proiect ar putea fi promovat în următoarele condiții generale:

**a.** dacă din punct de vedere științific el ar fi construit și efectuat din două perspective complementare: una, urmărind cu obiectivitate sensurile, direcțiile și problemele antrenate de transformările, schimbările și evoluția de ansamblu a societății românești în perioada investigată și, a doua, a vedea în ce mod și în ce măsură cercetarea sociologică a răspuns exigențelor generate de evoluția și devenirea societății românești în condițiile date;

**b.** pentru realizarea investigațiilor să se constituie un grup de cercetători români (de 3–5 membri) care să fie angajat în cercetare, dat fiind faptul că profesorul american nu cunoștea limba română;

**c.** clasificarea și sistematizarea datelor să fie realizată de grupul român de cercetare, iar analiza, interpretarea și generalizarea lor să fie efectuată în comun cu partenerul american;

**d.** redactarea lucrării să revină inițiatorului proiectului, iar forma finală a acesteia să fie convenită de comun acord de către părțile participante la proiect;

**e.** mijloacele financiare antrenate de realizarea proiectului să fie asigurate de inițiatorul lui.

În aceste condiții a fost organizat primul grup de cercetări sistematice de istoria sociologiei, la Centrul de Cercetări Sociologice al Academiei, inițial pentru investigarea istoriei sociologiei românești contemporane, iar apoi pentru investigarea întregii istorii a sociologiei naționale, de la începuturi până în prezent.

Acesta a fost pasul numărul unu, care a generat multiple și îndelungate procese de configurare și de structurare treptată a „identității” unor grupuri care s-au constituit în „agenți specifici”, devotați cercetărilor de istoria sociologiei, pe baza identificării unor „idei fondatoare”, ca „idei durabile”, a unor motivații de același tip, a întemeierii instituționale a grupului și statutului său și a programelor de acțiune.

Soluționarea corectă a ansamblului exigențelor, specifice proceselor la care ne-am referit, a implicat elaborarea și asimilarea unei concepții unitare asupra naturii și țelurilor activității grupului de cercetare științifică, a orizontului și idealului de cunoaștere și acțiune, ca și a mijloacelor instituționale de realizare a țelurilor și obiectivelor stabilite, din care au derivat celelalte elemente constitutive,

structurale și funcționale, începând cu recrutarea și stabilirea echipierilor, a codului și normelor de coordonare a activităților, a modalităților instituționale de difuzare și valorificare a produselor cercetării și, în general, de monitorizare a procesului de receptare a acestora ca și a promovării unor strategii de asigurare a proeminenței conceptuale, culturale, politice și organizaționale a rezultatelor cercetărilor și de legitimare a lor atât în temeiul instituțional al științei, cât și la nivel acțional, științific, cultural și politic.

Secvențele urmate, în vederea trecerii la asigurarea condițiilor necesare realizării misiunii și obiectivelor conferite cercetărilor de istoria sociologiei, s-au înscris pe o traiectorie specifică, care a avut ca puncte nodale constituirea grupului de profil al Centrului de Cercetări Sociologice, concomitent cu constituirea, în cadrul Centrelor de Științe Sociale din Cluj-Napoca, Craiova, Iași, Sibiu și Tg. Mureș – unități de cercetare din subordinea Academiei Române și a Academiei de Științe Sociale și Politice – a unor rețele de colective de istoria sociologiei care și-au elaborat, în cooperare cu grupul de la C.C.S., programe tematice și au trecut la desfășurarea cercetărilor propriu-zise, în coordonare cu cele ale grupului de la București.

În vederea efectuării investigațiilor empirice s-a trecut la elaborarea și adoptarea unui model teoretic-explicativ și a unor principii metodologico-tehnice de investigație, care să permită realizarea unei balanțe societate-sociologie. În acest demers, valorificând elementele valorice ale diferitelor modele posibile de istoriografiere a sociologiei (cum au fost: modelul dezvoltării științei în genere, promovat de Th. Kuhn, D. Crane și J. Derek și de Solla Price; modelele sociologice specifice și cele de analiză și evaluare cantitativă a istoriei sociologiei), precum și tezaurul pentru procesarea informației în sociologie, elaborat în cadrul UNESCO de Jean Viet, am adoptat modelul de evaluare istorică a sociologiei, întemeiat pe considerarea sociologiei ca un fapt social global, care poate fi studiat, potrivit regulilor și cu mijloacele interne ale sociologiei însăși. Este vorba despre o abordare, revendicată azi ca fiind cea a *sociologiei sociologiei*, care permite construirea unui cadru teoretico-metodologic și tehnic adecvat, prin intermediul căruia este posibilă evaluarea cantitativă a unui fenomen social, prin excelență calitativ, cum este sociologia. O asemenea abordare are o puternică relevanță pentru analiza raporturilor sociologie-societate, precum și a relațiilor intrinsece dintre elementele constitutive ale sociologiei ca *știință* și *fapt social*. Aceasta întrucât, în acest mod, este posibilă construirea unor scheme explicative ale dimensiunilor și distribuției producției sociologice pe întreaga traiectorie a evoluției ei, în raport cu unitățile sociologice, categoriile teoretice și tipurile de documente sociologice, în cadrul unor analize complexe ale sociologiei, nu numai ca disciplină științifică, ci și ca instituție socială, nu numai ca o creație individuală, ci și ca sistem, ca produs al unor colectivități științifice, cu structuri și funcții destul de variate.

Într-un context științific de această factură, au fost determinate atât natura, obiectivele grupurilor de cercetare științifică, cât și orizonturile și idealurile de



cunoaștere care, la data formulării lor, și astăzi s-au dovedit a fi mai mult decât ambițioase și, deci, riscante, deoarece trecerea la investigațiile științifice propriu-zise a reliefat faptul că în câmpul cercetării românești sociologice n-au fost realizate, la aceea dată, nici cele mai elementare instrumente științifice – bibliografii, cronologii, lucrări monografice, de sinteză, tematice și nici ediții critice sau complete de opere ale clasicilor sociologiei românești – pe baza cărora să se poată trece la investigarea procesului general al genezei, constituirii, evoluției și evaluării situației sociologiei ca știință în țara noastră.

Ordinea de mărime a riscului asumat, de cei ce au convenit să se angajeze în acest proiect, a reprezentat-o faptul că ei au decis să treacă la cercetări având ca orizont științific realizarea unui *tratat* de istoria sociologiei românești, lucrare menită, pe de o parte, să depășească marile lacune în acest domeniu, iar pe de altă parte, să recupereze rămănerile în urmă, la standarde care să permită, în viitor, o reconsiderare corectă a locului și rolului sociologiei ca disciplină științifică, în corpusul total al științei și culturii românești și ca știință socială, care a avut și continuă să aibă semnificative, posibile contribuții, la raționalizarea dezvoltării societății românești în ansamblul său.

Acțiunea greu de descifrat a unor norme, dificil de înțeles, a unei justiții imanente, au făcut ca rezultatele unei astfel de analize să nu fie nule. Deoarece într-un deceniu, 1975–1985, a fost realizat un „tratat” de istoria sociologiei românești, în trei volume, care a reușit să reconstituie datele esențiale ale genezei, constituirii și dezvoltării sociologiei ca știință în țara noastră, cu particularitățile sale naționale și cu dimensiunile și orizonturile sale internaționale. Regretabil este faptul că această lucrare, deși a fost propusă și acceptată să fie editată, nu a apărut nici până astăzi, din rațiuni de factură diferită. Înainte de 1989, pentru că s-a apreciat că realizatorii lucrării nu au „maturitatea ideologică” necesară pentru ca aceasta să vadă lumina tiparului, situație ce ar fi putut fi soluționată dacă aceștia ar fi acceptat „patronajul științific” al unor membri marcanți ai comunității academice din perioada respectivă, idee cu care autorii lucrării nu au fost de acord. Iar după 1989, publicarea lucrării a fost și continuă să fie condiționată de factori economici, financiari, care acționează cu aceeași forță ca și cei anteriori.

Cu toate acestea, rezultatele investigațiilor întreprinse au fost valorificate pe parcurs în alte forme, mai puțin spectaculoase, dar nu ineficiente. Astfel, în anul 1978 a fost editată o bibliografie selectivă a sociologiei românești (1965–1977), *Contemporary sociology in Romania*, de către Centrul de informare și documentare în științe sociale și politice al A.S.S.P. (164 pagini); în anul 1981, a apărut, în limba engleză, volumul *A Concise History of Romanian Sociology* (101 pagini), cu prilejul celui de-al XV-lea Congres Internațional al Științei, găzduit de țara noastră; în anul 1983, la Editura Științifică și Enciclopedică a fost publicat volumul *Sociologie românească contemporană. O perspectivă în sociologia științei* (425 pagini). În toată perioada 1975–1989 au apărut numeroase studii de

istoria sociologiei românești în revista de sociologie „Viitorul Social”, în „Revue roumaine des sciences sociales – Série de sociologie” și în alte reviste științifice de profil social-umanistic.

După 1989 au fost publicate lucrări realizate pe baza cercetărilor anterioare, între care: *Continuity and Discontinuity in Romanian Sociology*, în vol. *Eastern Europe in Transition*, Greenwood Press, SUA, 1994; Nicolae Petrescu, *Principiile sociologiei comparate*, 1994; Anton Golopenția, *Restituiri*, 1995; *Agricultura românească. O perspectivă istorico-sociologică*, 1995; compendiul *Istoria sociologiei românești*, 1998; Institutul Social Banat-Crișana – două lucrări, 2000; *Sociologi români. Mică enciclopedie*, 2001 ș.a.

În noul context istoric, creat de tranziția de la un tip de societate la altul, și ținând seama de faptul că cercetările de istoria sociologiei au produs un mare volum de date și informații și au permis cunoașterea extinsă și aprofundată a proceselor dezvoltării istorice a sociologiei ca știință în țara noastră, treptat, colectivul de istoria sociologiei a trecut la cercetări sistematice tematice, legate de noile exigențe ale societății noastre. Aceste cercetări au fost realizate pe bază de granturi și de contracte de cercetare cu Academia Română, Ministerul Cercetării și Tehnologiei și Agenția Națională pentru Știință, Tehnologie și Inovații, în cadrul programelor naționale prioritare de cercetare, pe parcursul anilor 1992–1999, în cadrul unui proiect de cercetare având trei faze diferite, dar coerente și, logic, părți ale unui „tot”, „întreg” investigațional.

Prima fază a proiectului a avut ca temă *Evoluția modernă și contemporană a societății românești – premisă a proiectării-dezvoltării sale viitoare* și ca obiectiv fundamental investigarea factorilor, proceselor, mecanismelor și fenomenelor generativ-transformaționale ale sistemului social românesc global, în diferite perioade și etape ale evoluției sale, în vederea identificării elementelor teoretice și practice necesare fundamentării unor modele, proiecte, strategii și politici alternative ale dezvoltării posibile și dezirabile a societății românești, la orizontul anului 2020.

În cea de a doua etapă a proiectului de cercetare, investigațiile au fost centrate pe tema generală „*Teorii sociologice românești ale dezvoltării organice și raționaliste – semnificație contemporană*” și a avut ca obiectiv general analiza sociologică a teoriilor românești ale dezvoltării sociale, în vederea dezvoltării statutului lor epistemologic, a consistenței lor reflexive și a rolului lor în producerea cunoștințelor științifice valide, pe baza cărora să poată fi elaborate instrumentele adecvate schimbărilor și transformărilor realităților sociale) și, îndeosebi, a contribuției lor la realizarea unui model viabil al dezvoltării moderne a societății românești.

În faza a treia a proiectului, investigațiile au fost circumscrise pe o tematică mai restrânsă, consacrată *modelelor, strategiilor și politicilor de dezvoltare modernă a societății românești*, formulate în sociologia românească. Ele au avut ca obiective



principale: analiza sistematică a substanței și valorii științifice, a modelelor și strategiilor sociologice propuse ca răspunsuri posibile la cerințele modernizării societății românești; identificarea elementelor viabile ale acestora și a posibilităților de valorificare a lor, în eforturile actuale de dezvoltare a societății românești contemporane, în contextul creșterii interdependențelor, a internaționalizării și globalizării proceselor economico-sociale, tehnologice și culturale.

\*

Rezultatele obținute în aceste cercetări, adăugate celor anterioare de istoria sociologiei, ne-au permis să ne propunem ca, începând cu anul 2000, să trecem la inițierea unui nou proiect de cercetare care să conducă la producerea instrumentelor necesare pentru evaluarea, la nivelul actual al standardelor științifice specifice, a ansamblului achizițiilor teoretice, metodologice și acționale, practice, ale sociologiei românești, în vederea determinării, pe de o parte, a modalităților și măsurii în care sociologia noastră a participat și va putea participa și în viitor la sociologia universală, din perspectiva raportului dintre național și universal în sociologie; pe de altă parte, să oferim, cât mai complet posibil, datele esențiale referitoare la locul și contribuția sociologiei la dezvoltarea științei, culturii și a societății românești, în general.

De la aceste premise, am trecut la elaborarea fundamentelor teoretico-metodologice, a concepției și instrumentelor necesare ale unui program de cercetare complexă, care să conducă în finalul său la realizarea *Enciclopediei sociologiei românești*, ca *enciclopedie a unei științe sociale particulare*, având ca menire esențială reconstituirea ordinii în corpusul integral al cunoașterii, realizat până acum în cadrul sociologiei naționale, dat fiind locul central pe care aceasta îl are și ar trebui să îl aibă în eforturile de renovare, nu numai economico-socială și politică generală, ci și intelectuală și morală a societății noastre, în prezent și în viitor.

O asemenea întoarcere „reflexivă” a sociologiei asupra ei însăși este nu numai necesară și actuală, ci și posibilă, date fiind, pe de o parte, unitatea (cumulativitatea), iar pe de altă parte diversitatea înregistrate pe parcursul dezvoltării istorice a sociologiei noastre, ambele avându-și sorginea în contextele social-istorice și instituționale în continuă prefacere, precum și în teoriile competitive (care se exclud, dar se și completează reciproc) și în încercările de teorii sintetice – sistemele sociologice românești. Ceea ce a făcut ca sociologia românească să dobândească nu numai o dimensiune istorică, să înregistreze o dinamică permanentă a ideilor și analizelor sociologice sau să rămână la stadiul de „reflectoare” a realității sociale, ci și să obțină o „legitimare socială și intelectuală”, pe baza căreia să obțină un statut elevat în cultura științifică națională și să îndeplinească importante funcții acționale în societatea românească, în fiecare etapă de dezvoltare a acesteia.

Date fiind dimensiunile, natura și complexitatea unui asemenea program de cercetare, avem în vedere ca, pe parcursul proceselor de investigație, să realizăm un ansamblu coerent de „lucrări de parcurs”, cum ar fi:

- bibliografia generală a sociologiei românești;
- cronologia sau, eventual, dicționarul cronologic al sociologiei din România;
- sistemul instituțional sociologic național;
- tradițiile de cercetare sociologică directă a realităților sociale;
- repertoriul problemelor sociologice ale vieții sociale românești;
- dicționare sociologice de: termeni, personalități, opere sociologice sau/și al valorilor sociale etc.;

- lucrări de sinteză privind: categorizarea în sociologia românească, specificul „sociologiei românești”, contribuții românești la dezvoltarea sociologică ca știință ș.a.

Și, în final, toate datele și lucrările parțiale să fie valorificate într-o sinteză generală, care să constituie *Enciclopedia sociologiei românești*.

Șansele ca un asemenea proiect „utopic” să fie și finalizat depind de mulți factori, materiali, financiari, umani, instituționali ș.a., dar și, nu în mică măsură, de concepția, natura și sensul contemporan, conferite unei asemenea lucrări. În ceea ce ne privește, noi pornim de la premisa că, orice enciclopedie este o instituție și un simbol al culturii majore.

Dacă acceptăm că responsabilitatea rațiunii impune sarcina de a face universul în care trăim mai, inteligibil, atunci suntem îndreptățiți să proiectăm *Enciclopedia sociologiei românești*, pe de o parte, ca pe un discurs sintetic cu dublă înrădăcinare – în universalitatea antropologică a organizării vieții și în specificitatea formelor de viață –, pe de altă parte, ca pe un proiect științific și etic care să identifice, descrie și valorizeze experiența unei comunități umane. O astfel de enciclopedie va evidenția unitatea și unicitatea unei sociologii naționale.

*Enciclopedia sociologiei românești* va apărea în intenția de a promova cunoașterea care, concomitent, revendică și interpretează acea realitate din care izvorăște.

Între aceste orizonturi, *Enciclopedia sociologiei românești* se va constitui ca:

- formă a experienței științifice și morale;
- formă a comunicării intelectuale și etice;
- instrument de adaptare, reînnoire și creație;
- argument sintetic al performanței și originalității sociologiei românești;
- o punere în „formă” a unei cunoașteri deschise, clarificatoare de înțelesuri;
- instrument al conservării, asimilării și producerii de cunoștințe, practici, valori, idealuri.

Motivul fondator al sociologiei ca știință – reconstrucția ordinii în baza cunoașterii moderne – se regăsește ca element constitutiv central în proiectul politic contemporan dominant, de renovare intelectuală și morală a societăților și

comunităților umane; el promovează „spiritul de ansamblu”, care-și asociază aprecierea sistematică a prezentului după combinarea viitorului cu trecutul.

*Enciclopedia sociologiei românești*, ca lucrare a unei generații, se va deschide deci, în primul rând, spre problematica indicată de actualitate și va privilegia tematica interculturală (proiecte constituționale, programe revoluționare, programe civilizaționale; instituții, conflicte, confluențe, controverse, influențe; familii de gândire, emergența discontinuă a problemelor, persistența problemelor ș.a.m.d.), întrucât se angajează într-un sistem interactiv de comunicații.

Produs al unei opțiuni epistemice care relativizează convingerea că istoria sociologiei este doar „galeria eroilor rațiunii ordonatoare”, lucrarea pe care o proiectăm va fi rezultatul unei cercetări care: **1.** vizează producerea unui „tablou închegat și unitar” al devenirii istorice trecute și contemporane a sociologiei românești, de la origini până în prezent și care **2.** își asumă intenția de a *expune* nu de a *tranza*. Acestea sunt unele dintre motivele pentru care, de o atenție sporită se vor bucura procesele de fondare epistemică și instituțională din sociologia românească, produsele sociologice „clasicizate”, procesele de supraviețuire a obiectelor sociologice, procesele și produsele creației sociologice românești originale.

Metodologic, proiectăm *Enciclopedia sociologiei românești* în intenția de a realiza funcțiile: culturală, epistemologică, axiologică, educațională și comunicațională. Elaborată în intenție transculturală și transtemporală, ea va rămâne, totuși, datată; ea propune, explică, selecționează, clarifică cu mijloacele de care astăzi dispunem. Ceea ce va rămâne este aspectul tehnic, de instrument, în constituirea unor posibile strategii de orientare, consacrare, modelare.

Formal, enciclopedia vizează articularea gândirii sociologice, iar material încearcă o identificare și o expunere a totalității produselor sociologice românești; ea este proiectată să servească o bună orientare în sociologia românească și să încadreze sociologia națională în sociologia universală.

Procesele de demultiplicare a noțiunilor și a problematicii sociologiei românești, vor fi subordonate unei intenții sistematice: a obține un spațiu logico-semantic al noțiunilor **1.** originale și **2.** refolosibile de noi sociologi. Tradițiile de cercetare și genealogiile problematice vor apărea, prin arheologia noțiunilor, fragmentate în noțiuni (cu polisemia precizată semantic și auctorial) și opere (ansamblu de probleme și complex unic de soluții).

Tipologia problematicii sociologiei românești, performanțele logico-semantice, epistemice, metodologice ale sociologilor români vor fi evidențiate într-o antologie de texte reprezentative („relevee topografice ale operelor”). Operația este necesară din rațiuni semantice – unitățile de discurs aparțin nu limbii, ci textului original – și, din rațiuni deontologice, evidențiază o disciplină de gândire și un loc de origine cu rol de „marker” în utilizările ulterioare.

Textele fundamentale elaborează coduri (identitare, discursive, acționale, simbolice), oferă standarde de excelență, au efect de condensare, promovează un set de valori, inițiază o strategie de cunoaștere științifică ș.a.

În cea mai mare parte, ele conțin nucleul de probleme, concepte, metode, tehnici de cercetare care conferă identitate și exponențialitate sociologiei clasice (definită mai ales prin intenția programatică și prin relevanță epistemologică).

Fundamentele disciplinare se găsesc într-un ansamblu de texte nu într-un ansamblu de cuvinte, de aceea este necesară o antologie de texte fundamentale.

*Enciclopedia sociologiei românești* va oferi nu doar panoramă a sociologiei românești, ea va încerca să clarifice înțelesuri, să transmită sensuri, să ofere modele ale gândirii clare și disciplinate, să deschidă o cale de înnoire oferind sprijin pentru constituirea de problematice.

Un asemenea program de cercetare răspunde exigențelor actualității prin *obiectivele* urmărite:

**a.** aprofundarea cunoașterii devenirii istorice și prezente a sociologiei ca știință în România;

**b.** evidențierea unității și unicității sociologiei naționale;

**c.** elaborarea unui argument sintetic al performanței și originalității sociologiei românești;

**d.** realizarea unor mijloace de adaptare, reînnoire și creație în sociologia românească contemporană;

**e.** evidențierea contribuțiilor sociologiei naționale la dezvoltarea corpusului teoretic, metodologic și acțional al sociologiei ca știință, prin *rezultatele* scontate, lucrări consacrate analizei: ideilor, conceptelor, teoriilor, paradigmelor sociologiei naționale; ansamblului achizițiilor metodologice, metodelor și tehnicilor de investigație sociologică; cercetării sociologice empirice din sociologia românească; sistemului instituțional al sociologiei; locului și rolului sociologiei naționale în sociologia universală, prin rezultatele obținute până în prezent (*Istoria sociologiei românești. Compendiu: Sociologi români. Mică enciclopedie; Bibliografia generală a sociologiei românești*).

*Enciclopedia sociologiei românești*, produs al acestui program de cercetare, răspunde exigențelor esențialității, instituindu-se ca element într-un domeniu special al spațiului autoreflexivității cunoașterii științifice. Enciclopedia intenționează să prezinte istoric și sistematic nuclee generatoare de cercetare sociologică, să extindă centrul cercetării spre produse și activități generatoare de cunoaștere intensivă, să satisfacă precondițiile oricărei cercetări științifice aprofundate a producției sociologiei românești.

În acest fel, conferim *Enciclopediei* caracterul de program de cercetare fundamentală, dar ea este de o actualitate ce localizează demnitatea programului de cercetare prioritară.

Prin produsele intenționate și prin produsele realizate, *Enciclopedia* se prezintă ca o lucrare care oferă sprijin pentru orientare în câmpul vieții contemporane (prin conceptele, teoriile, modelele pe care le prezintă și analizează, prin întrebările și răspunsurile relevante privitoare la modelele de viață și de

gândire din trecut și din prezent). În condițiile acceptării principiului selectării normative a posibilităților de acțiune, *Enciclopedia* oferă argumente și instrumente pentru elaborarea unei noi etici a intervențiilor. Această lucrare oferă mijloace pentru înțelegerea și aprofundarea principiilor și valorilor pe care se întemeiază civilizația noastră, lucru nelipsit de importanță dacă se consideră faptul că păstrarea unei „civilizații sănătoase” (ca mod de viață care merită să fie păstrat) depinde și de gradul de înțelegere de sine adecvată.

Integrarea într-o Europă multiculturală și multinațională este un proces de asimilare de standarde, dar și de definire a propriilor standarde. Acestea sunt procese în afara cărora nu se pot stabili legăturile necesare ale vieții prezente concrete. Pentru că sarcina nu este aceea de a aplica mecanic norme culturale, *Enciclopedia* poate deveni un element de sprijin pentru stabilirea unui echilibru reflectiv între realitate, norme și idealuri, dar și un ghid în traversarea unei experiențe sociale active.

\*

În activitatea de cercetare concretă colectivul de investigație a adoptat un set de principii teoretico-metodologice operaționale, care să permită într-o primă etapă constituirea unei solide baze de date controlabile și verificabile, iar ulterior, transformarea „materialului brut” în produse determinate și definite, în măsură să ofere o imagine generală a structurii dinamicii și dimensiunilor sociologiei românești și a specificității sale ca sociologie națională, parte componentă a sociologiei universale.

În acest sens, noi am pornit de la premisa, potrivit căreia calea regală de evaluare a activităților și produselor de cercetare ale sociologiei românești este dată de calea ei de constituire: formularea de răspunsuri la noile probleme sociale, etice, politice ale modernizării și dezvoltării societății românești, furnizarea de informații relevante și analize specifice în conjuncturi determinate, formularea de recomandări. Pentru că, istoria dezvoltării gândirii sociologice românești este solidară liniei de evoluție specifică a societății românești, evaluarea activităților și produselor de cercetare ale sociologiei românești se va purta asupra formelor și modalităților, în care sociologia românească a dat răspuns la problemele majore ale evoluției moderne a societății noastre, sau în care a formulat recomandări bine întemeiate. Subiacent acestei opțiuni, perspectiva de abordare este aceea a sociologiei sociologiei, iar metoda de investigare se centrează pe identitatea sociologiei de fapt social; pe cale de consecință:

**1.** raportul societate–sociologie este definit prin structurarea tematicii cercetării sociologice, aflată în echilibru reflectiv cu problematica socială obiectivă;

**2.** sociologia este înțeleasă, pe de o parte, ca știință, pe de altă parte ca disciplină științifică și ca instituție socială. În consecință, programul *Enciclopedia*

*sociologiei românești* este gândit și proiectat în intenția de a reconsidera locul și rolul istoriei sociologiei românești în evoluția sociologiei ca știință și în constituirea culturii naționale moderne.

Reprezentarea clară a îmbinării dintre istoria ideilor și istoria pragmatică ne-a înlesnit studiul de identificare a caracteristicilor sociologiei românești și aria de cuprindere tematică și documentară a *Enciclopediei*. Este știut și acceptat că o lucrare de acest gen implică adoptarea prealabilă a unor principii teoretico-metodologice ale cercetării istoriei sociologiei. În cazul de față s-au considerat:

1. statutul socio-cultural al sociologiei;
  - 1.1. sociologia (românească) este parte a culturii (naționale);
  - 1.2. producția (produsul și activitatea de cercetare științifică) sociologică are caracter istoric-procesual și ea este o creație socială;
  - 1.3. producția sociologică este obiectul unui dublu proces evaluativ: epistemologic și pragmatic.
2. elemente de identificare a structurii producției sociologice;
  - 2.1. natura agentului socio-istoric al producției sociologice;
  - 2.2. utilitatea socială și valoarea științifică a producției sociologice contextual definite;
3. „sociologia sociologiei” ca model de evaluare socio-culturală/istorică a producției sociologice.

Acestui nucleu de principii teoretico-metodologice, ale cercetării istoriei sociologiei, i-au fost asociate un set de criterii ale investigației sociologice, care să contribuie în mod decisiv la organizarea multidimensională morfologică și substantivă a bibliografiei generale a sociologiei românești; aceste criterii sunt:

1. statutul științific, profesional al autorilor;
2. tipul și nivelul producției sociologice;
3. cadrul problematic investigat;
4. tipul interacțiunilor dintre cercetători/gânditori și instituții sociale/comunități;
5. tipul persoanei angajate în activitatea de producție sociologică;
6. tipul relațiilor stabilite între opera sociologică și societate/instituții specializate de administrare a cunoașterii științifice;
7. tipul fundării (epistemică, instituțională);
8. niveluri de organizare a producției sociologice și de valorificare a ei;
9. contribuții ale produsului la dezvoltarea sociologiei românești și a sociologiei ca știință.

Dificultatea majoră de a orienta o *Enciclopedie* disciplinară după o definiție normativă a fost evitată prin recursul la o definiție descriptivă susținută de „cuvintele cheie”, indicate de vocabularul tehnic disciplinar prezentat în lucrări de referință, consacrate disciplinar (lexicoane, vocabulare, manuale, tratate). Cuvintele cheie, descriptorii au fost markerii documentelor care constituie aspectul material al producției sociologice propriu-zise, nu doar relevante. Prin „document”

s-au înțeles orice manifestări sociologice care se bucură de caracteristicile de a fi înregistrabile, controlabile, verificabile, manipulabile. În aceste condiții s-a realizat, cu un grad diferit de completitudine asociat diferitelor tipuri de documente, un cvasi-recensământ (după criteriul completitudinii de stadiu) al producției sociologiei românești (volume, culegere de studii, comunicări științifice, articole din periodice specifice și nespecifice, teze de doctorat, cursuri universitare, manuale universitare și școlare, conferințe, conferințe radiofonice, rapoarte de cercetare).

Pentru o mai nuanțată și mai cuprinzătoare identificare a producției sociologice românești, dar și pentru a realiza o sistematizare primară a ei, s-a procedat la construirea, pe informațiile primare ale „recensământului” a unei *Baze de date a sociologiei românești* (la început, pentru durata ce se înscrie între origini și 1918).

Nevoia elaborării bazei de date a sociologiei românești are o multiplă motivare:

**a.** istoria ideilor și a analizelor sociologice nu are un caracter imobil;

**b.** sociologia nu are un caracter pur istoric; producția sociologică nu este integral datată, evoluția ei evidențiind persistența anumitor perspective și continuitatea prezenței anumitor teme de cercetare;

**c.** evoluția sociologiei contemporane se caracterizează prin procese de resurecție și adaptare, ceea ce alimentează procese ample de legitimare cu o desfășurare importantă în timp;

**d.** procesele de legitimare intelectuală, produse prin compunerea dintre dinamica factorilor instituționali și geometria variabilă în timp a alianțelor intelectuale, generează procese de consacrare multidimensionale care sunt mai clar evidențiate de o bază de date;

**e.** face vizibilă diversitatea tradițiilor cercetării sociologice și, în parte, evidențiază stiluri ale cunoașterii sociologice;

**f.** permite analiza cronotopică a producției sociologice românești la nivelul: **1.** tematicii, **2.** problemelor sociologice;

**g.** permite analiza primară a constituirii și extinderii sistemului instituțional al cercetării sociale;

**h.** permite analiza cronotopică a publicațiilor periodice, ca instrumente de comunicare științifică, în raport cu rolul și funcțiile pe care le asumă știința societății: **1.** cercetare fundamentală și prioritară, **2.** cercetare aplicată, **3.** formare și informare.

În cele din urmă, „hotarele” bazei de date a sociologiei sunt produse de utilitatea științifică și practică, de spiritul critic, iar identitatea intimă a ei ar putea fi bine aproximată de funcțiile sale:

– instrument de orientare în reconstruirea evoluției trecute a societății românești, în echilibru reflectiv cu evoluția gândirii sociologiei românești;

– instrument indispensabil în identificarea orientărilor tematice și metodologice din sociologia românească;



– instrument de importanță capitală pentru identificarea și definirea spațiilor tematiche, cronotopice și editoriale, ale tipurilor fundamentale și a nivelurilor primare de cercetare sociologică;

– instrument fundamental al promovării cercetării sociologice și al sistematizării „memoriei” sociologice<sup>1</sup>;

– instrument al identificării temelor/problemelor al căror studiu trebuie reluat;

– document al continuității tematiche în sociologia românească, al unității și specificității sociologiei românești.

Proiectul de cercetare *Enciclopedia sociologiei românești* este în curs de desfășurare. În prezent se lucrează la definitivarea tipologiei tipurilor de „intrări”:

– *termeni generali* (reprezentând cel mai general nivel al intrărilor);

– *termeni de sinteză* (termeni generați de nivelul doi, pe domenii ale sociologiei: teorii, paradigme, sisteme, metode, metodologii, tehnici de investigație, sociologii de ramură, cercetări empirice, sistemul instituțional al sociologiei, relațiile sociologiei cu practica socială etc.);

– *termeni cheie* (pe componentele fiecărui domeniu constitutiv al sociologiei: valori, procese, structuri, unități sociale, opere majore, idealuri, programe sociale, manifestări sociologice etc.);

– *termeni individuali* (de prezentare și analiză a personalităților, instituțiilor și, în general, a tuturor faptelor și realităților, legate de evenimente individuale, din toate sferile de cuprindere a sociologiei.

Concomitent se elaborează fișe analitice, pe diferitele tipuri de intrări, și se alcătuiește prima formă a listei generale a intrărilor, ca bază a proiectului structurii generale a lucrărilor. La elaborarea lucrării participă, alături de membrii colectivului de istoria sociologiei de la I.S.A.R.<sup>2</sup>, un număr apreciabil de alți colaboratori, cercetători și cadre didactice și de studenți.

<sup>1</sup> Cf. Ștefan Costea, M. Larionescu, I. Ungureanu, *Sociologia românească contemporană. O perspectivă în istoria științei*, București, Editura Științifică și Enciclopedică, 1983.

<sup>2</sup> Ștefan Costea, Irina Cristea, Dumitru Danciu, Dumitru Dumitrescu, Lucian Stanciu și colaboratorii permanenți: Marin Diaconu, Iancu Filipescu, Maria Larionescu, Simona Ștefănescu.

## SCHIMBĂRI ÎN SISTEMUL INSTITUȚIONAL AL ȘTIINȚEI ȘI TEHNOLOGIEI

OSCAR HOFFMAN, DOINA DRAGOMIRESCU, SIMONA RAȘEEV

În eforturile de adaptare a realității noastre sociale, la noile tendințe și exigențe ce caracterizează lumea contemporană, una din prioritățile programelor de acțiune se referă la schimbarea sistemului de factori, care promovează azi evoluția țărilor spre un nou tip de societate (de la societățile de tip industrial spre cele postindustriale ale cunoașterii). Din această perspectivă, considerăm necesar a se studia probleme cum ar fi:

1. Experiențele și direcțiile de acțiune ale țărilor din U.E., legate de evoluția lor spre noi structuri instituționale specifice societății cunoașterii, caracteristicilor de bază ale sistemului instituțional al științei și tehnologiei din România, modalităților prin care unele institute de învățământ și cercetare-inovare din țara noastră caută a se adapta noilor exigențe ale dezvoltării, promovând noi tipuri de comportamente instituționale.

2. Prezentăm, în continuare, câteva din rezultatele unui studiu în curs de desfășurare, privind principalele aspecte legate de schimbările sistemului instituțional, cu referire directă la instituțiile specifice domeniului cercetării științifice, tehnologiei și inovației.

### 1. Știința și tehnologia în rețele eterogene de cooperare

Actualul sistem instituțional este rezultatul unor procese diverse, uneori decalate în timp, promovate de actori sociali diferiți ce urmăreau scopuri deosebite. Acest sistem, denumit și „modern”, este astăzi pe cale de transformare, putându-se chiar vorbi de o criză a sa<sup>1</sup>.

Sistemul (sau subsistemul) învățământ-cercetare-industrie al epocii moderne s-a format și consolidat ca o creație a unor *actori diferiți*, ce acționau în domenii foarte diverse și relativ autonome ale societății și care urmăreau scopuri foarte puțin corelate.

Asistăm la evoluția unui sistem instituțional învățământ-cercetare-întreprinderi industriale, generat de factori exteriori acestora (cerințele fragmentate,

<sup>1</sup> Oscar Hoffman, *Știință, tehnologie, valori*, București, Editura Lumina Lex, 1999, p. 64–78.

cvasiautonomie ale piețelor). Învățământul își modelează profilul pe criteriile sale disciplinare, deși trebuie să răspundă unor cerințe sociale tot mai globale și multidisciplinare. Reforma (reală) a învățământului va consta, tocmai, în modificarea tipului de învățământ, trecându-se la o pregătire multidisciplinară și specializări corelate cu domenii conexe. Specializarea va continua să existe, dar în alt model sociocultural, pe principiile: „A acționa local, a gândi global” și corelat, „A acționa global, a gândi local”.

Cercetarea se practică, încă, și azi pe modelul disciplinarității, cu institute profilate pe principiul „știință lângă știință”, legăturile dintre discipline fiind greu de realizat.

Piețele actuale ale economiilor capitaliste, profilate pe criteriile cerințelor particulare ale unor activități fragmentate, cu actori sociali autonomi și urmărind scopuri limitate și pe intervale scurte de timp își dovedesc tot mai mult limitele. Teoriile economice au elaborat și acceptat, de mult, o nouă viziune despre piețe, subliniind *caracterul limitat și imperfect al piețelor*.

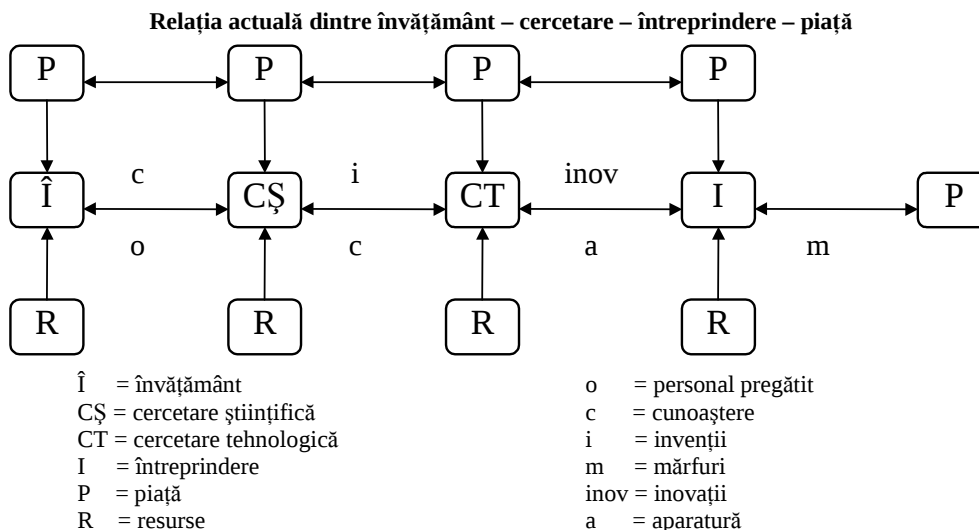
„*Piețele*” sunt limitate deoarece ele acționează inegal în diferite domenii ale societății, existând o serie de sfere ale vieții societății de importanță majoră (chiar determinantă) în care sistemul de acțiune pe relația cerere – ofertă nu funcționează decât în mică măsură. Ne referim la domenii cum ar fi: protecția mediului, sănătatea, cercetarea fundamentală, învățământul, menit a pregăti în perspectivă profesii cerute de viitor, sprijinirea artei, combaterea traficului de droguri etc.

„*Piețele*” sunt imperfecte deoarece cele două ipoteze pe care se bazează liberalismul „clasic” (A. Smith) nu se pot realiza: **a.** actorii nu au o cunoaștere totală (nici parțială) asupra desfășurării schimbului; **b.** actorii nu au o putere globală. Ca urmare, libera concurență nu poate garanta victoria celui mai bun, ci, adesea, doar a celui mai puternic (ce poate deține resurse prioritare, de informație, cercetare, inovare, producție etc.).

Ca urmare a caracterului limitat și imperfect al piețelor, relațiile pe care piețele le mediază în raportul învățământ-cercetare-întreprinderi industriale generează numeroase efecte negative (schema nr. 1). Căci pe fiecare segment al proceselor, repetăm, avem de-a face cu factori și actori fragmentarizați de scopuri și mijloace cvasiautonomie. Ceea ce oferă un pol al relației altora trece printr-un proces de transfer în mare măsură întâmplător, mediat, adesea, de factori conjuncturali și agenți cu interese proprii (rămân numeroase cunoștințe neaplicate, în timp ce se constată că există o mare lipsă de cunoștințe, rămân neaplicate numeroase invenții, în timp ce, de exemplu, U.E. atrage atenția că transferul de la invenție spre inovare<sup>2</sup> este foarte deficitar).

<sup>2</sup> Prin *invenție* se înțelege crearea prototipului nou al unei tehnologii, *inovarea* fiind difuzarea societală a invenției în zonele activităților practice.

Schema nr. 1



Asemenea lacune există de mult, dar doar acum ele devin deosebit de agravante, datorită creșterii exponențiale a puterii de intervenție a tehnologiilor actuale. „Noile tehnologii nu sunt, de fapt, eșecuri, ele corespund pe deplin scopurilor cărora le erau destinate (...) Viciul tehnologic pare, așadar, să se nască din natura fragmentară a bazei științifice (...) Viciul incriminat este reducăționismul, concepția că o înțelegere eficientă a unui sistem complex se poate realiza prin cercetarea proprietăților ce caracterizează părțile lui izolate”<sup>3</sup>.

Pentru a se remedia aceste vicii de fond, se cere a se găsi și experimenta noi modele în raport cu care să se construiască un alt sistem instituțional al învățământului-cercetării-întreprinderii industriale.

Nu se poate, totuși, pune problema ca actualul model să fie total lichidat. Caracterul autonom al actorilor pe piețele diverse este o caracteristică esențială a unei economii capitaliste (adică „de piață”) funcțională, competitivă și benefică.

U.E. se preocupă, de aceea, să-și desfășoare preocupările pe două direcții complementare: îmbunătățirea actualului sistem (schema nr. 1) și crearea unui nou sistem (schema nr. 2).

Îmbunătățirea actualului sistem se încadrează în preocupările mai generale ale U.E., de elaborare a unei noi politici economice care să implice o serie de corecții, față de ceea ce s-a denumit prin termenul de „liberalism clasic”. Este vorba de un mod de practicare a relațiilor de piață, în condițiile intervenției active a instituțiilor democratice ale societății civile și ale statului. Statul, în calitate de garant al intereselor publice, are datoria de a interveni în „sfera economiei”. Termeni noi, cum ar fi „noul parteneriat” sau „capitalismul organizat”, sunt folosiți pentru a desemna această nouă practică economico-socială.

<sup>3</sup> B. Commonor, *Cercul care se închide*, București, Editura Politică, 1980, p. 183 și 187.

Experiințe și încercări interesante există de pe acum. Din discuțiile avute de noi cu unii conducători de institute de cercetare, de exemplu, rezultă că și la noi în țară se caută soluții în această direcție.

Ceea ce pare a constitui o direcție comună se referă la preocupările de a se trece de la instituțiile unifuncționale spre cele multifuncționale și de la cele unidisciplinare spre cele multidisciplinare axate pe obiective de produs.

Vorbind de instituțiile multifuncționale și multidisciplinare nu înseamnă că se urmărește desființarea tipului specific al acestora.

Instituțiile de învățământ vor trebui, evident, să se axeze pe pregătirea oamenilor, tot așa cum cele de cercetare se axează pe producerea de cunoaștere științifică și noi realități tehnologice, urmând ca realizarea produselor să fie obiectul principal al întreprinderilor. Dar fiind axate pe o funcție principală, instituțiile respective vor asimila și *aspectele complementare* ale celorlalte instituții, nu pentru a se suprapune acestora sau a le nega specificitatea, ci, tocmai, pentru a-și consolida funcția lor principală și, aspect determinant, a asigura participarea lor benefică la procesul dezvoltării.

Vorbind de funcții, ne detașăm de viziunea funcționalistă. Funcțiile nu sunt cerințe intrinseci sistemelor, nu sunt deci realități sociale primare, ci rezultă din modul de activitate a actorilor sociali, din proiectele constructive ale acestora.

Trecerea spre instituții multifuncționale și multidisciplinare este un rezultat al unui nou tip de proiect de acțiune a actorilor sociali, ce rezultă dintr-o reprezentare diferită asupra a ceea ce se dorește a deveni realitatea societală.

Cu alte cuvinte, în perioada trecerii spre societatea cunoașterii (a societății informației), cunoașterea devine *resursa principală* a dezvoltării, *noul ax* de proiectare și funcționare a sistemului instituțional învățământ-cercetare-întreprindere se mută de la edificarea sa pe baza întreprinderii, spre restructurarea pe linia instituțiilor cunoașterii. În acest sens (și ca urmare a acestui considerent) instituțiile nu mai pot funcționa izolat, legate doar prin relațiile exterioare ale piețelor, ci trebuie să asimileze elemente ale activităților specifice celorlalte tipuri de instituții, din considerentul practic de a putea asigura transferul ușor și rapid al „produselor” (ceea ce acum se definește prin termenul de „intermediari”, cum ar fi cunoaștere, proiecte, patente, documentații, invenții, specialiști, prototipuri, experiențe, baze de laborator etc.) de la un tip de instituție spre altele.

Instituțiile de învățământ își creează baze proprii de cercetare pentru a-și forma absolvenți bine pregătiți nu numai prin cunoștințele teoretice acumulate, dar și prin abilitățile însușite de cercetare. Dar scopul principal al „cuplării” învățământului cu cercetarea constă în asigurarea capacității învățământului, de a oferi cunoștințe cât mai capabile a fi transformate în programe noi de cercetare, preluate de instituțiile specializate ale cercetării.

Tot așa, aspectele nemijlocit productive (mici ateliere experimentale, producere de prototipuri și serii mici etc.) au ca obiectiv principal asigurarea transferului spre întreprinderi.

Trebuie să fie clar faptul că, deși legate între ele prin aspecte logistice, activitățile depuse în sfera învățământului, cercetării științifice, cercetării tehnologice și aplicării în întreprinderi sunt deosebite, necesită abilități diferite din partea specialiștilor, timp deosebit acordat etc. Un foarte bun profesor nu este, uneori, și un foarte bun cercetător științific, inventator sau producător.

Multifuncționalitatea instituțiilor nu va însemna că fiecare om va face, obligatoriu, predare, cercetare, invenție și producție. Este vorba de o mare diferențiere profesională în cadrul acestor instituții, o multiplicare a tipurilor de actori sociali și noi relații profesionale și manageriale.

Procesul de „încărcare” a instituțiilor cu noi funcții (complementare) se corelează cu diversificarea lor disciplinară creată pe modelul „știință lângă știință”<sup>4</sup>, institutele de învățământ și cercetare (științifică și tehnologică) au urmat linia de diferențiere pe criteriul disciplinar<sup>5</sup>, ceea ce, astăzi, îngreunează „circulația intermediarilor” de la un pol al circuitului spre alții.

Trecerea spre institute multifuncționale și multidisciplinare axate pe obiective privind produse finite, proces greu dar necesar, impune studii și experimentări diverse. Poate că principiul acesta nu va fi aplicabil în mod automat. Cercetarea fundamentală va rămâne disciplinară în mare măsură, iar pe măsura trecerii spre aplicabilitate multidisciplinaritatea va deveni regula.

Și în cercetările noastre am găsit unele căutări și experiențe interesante.

A doua direcție, complementară, se referă la crearea unui nou sistem instituțional care, cel puțin parțial, să înlocuiască „segmente” ale celui actual.

Proiectul menționat comportă o serie de elemente, dintre care vom menționa, în directă legătură cu tema tratată, promovarea *rețelelor eterogene de cooperare*.

Conceptul de „rețele” este mai vechi și are diferite sensuri<sup>6</sup>.

**Primul sens**, împrumutat din sociologia rețelelor sociale, desemnează un ansamblu de indivizi legați unii de alții prin fluxuri de informații pe care le schimbă, prin contacte pe care le au între ei sau prin referirea unora la lucrările altora. Un exemplu, în acest sens, sunt rețelele științifice (mai înainte, ne puteam referi la rețelele poștale, de electricitate etc.).

**Un al doilea sens** a fost obținut, prin extinderea rețelelor la relațiile heterogene ale oamenilor de știință cu actori din alte sfere de activitate decât cele științifice. Se obțin, astfel rețele praxiologice sau rețele sociale ale științei, alcătuite din oameni de știință de diferite specialități (fără a cuprinde evident, pe toți membrii aceleiași specialități) și oameni din afara științei.

**Al treilea sens**, cel mai prolific și corelat direct de problema avută aici în vedere, se referă la actor-rețea, rețele socio-tehnice sau, mai precis, rețele eterogene de cooperare.

<sup>4</sup> Oscar Hoffman, *Știință, tehnologie, valori*, p. 26.

<sup>5</sup> Oscar Hoffman, în *Profesiile în fața viitorului*, (O. Hoffman, D. Dragomirescu, S. Rașeev, D. Țenovici), București, Editura Academiei, 1990, p. 60.

<sup>6</sup> Vinck, *Du laboratoire aux réseaux. Le travail scientifique en mutation*, Commission des Communautés Européennes, Luxembourg, 1992, p. 87.

În aceste rețele avem de-a face cu o permanentă negociere și reconstrucție a relațiilor dintre diverșii actori (proces denumit „traducere”<sup>7</sup>).

Specificul acestui nou tip de rețele se referă la faptul că:

- ele conțin „noduri” ce nu sunt doar actori umani, ci și elemente „neumane”, materiale (tehnologii, documente, resurse etc.), aspecte ale naturii, formând decupaje diverse, montaje și asocieri, generând noi *socionaturi*;

- în aceste „noduri” se vor găsi entități din sfere foarte eterogene de activitate (învățământ, știință, tehnologie, industrie, bănci, furnizori, producători, clienți, organizații nonguvernamentale, organizații statale etc.), grupate în raport cu obiectivul proiectului de activitate (crearea unui nou produs, elaborarea unei noi tehnologii, o acțiune de protejare și reamenajare a mediului, un nou sistem de luptă contra unei maladii etc.);

- relațiile dintre noduri capătă un cu totul alt caracter decât cele obișnuite, în cadrul piețelor concurențiale, implicând o legislație anumită care să instituționalizeze acest nou actor-rețea cu un comportament propriu (vom reveni asupra acestui aspect esențial);

- în interiorul rețelei, elementele umane reprezintă o alianță între profesori, oameni de știință, ingineri, producători, consumatori, medici, economiști, ecologi, reprezentanți sindicali etc., care cooperează, definind o nouă „lume-actor”<sup>8</sup>;

- comportamentul acestor actori diferiți se desfășoară în lumina modelului deținătorilor de interese (*stake holders*) bazat pe ideea deținătorilor legitimi de interese. „Există mulți «proprietari» sau «deținători de interese» ai corporațiilor moderne. Există proprietari ai muncii, expertizei, resurselor și bunurilor publice, ca și investitori. Și nu există nici un motiv evident pentru ca un tip de proprietari să fie privilegiat, în special în ceea ce privește sensul și identitatea afacerii”<sup>9</sup>;

Revenind la problema relațiilor dintre actorii umani eterogeni, se cerea subliniat noul tip de realitate creată de aceste rețele, o realitate socială bazată pe încredere, pe noi valori și norme, pe o nouă cultură a afacerilor care, adesea, se desemnează prin conceptul de „capital social” și care aduce predominarea aspectelor de ordin subiectiv, față de cele materiale, în noua economie. „Capitalul social reprezintă capabilitatea ce apare din predominanța încrederii în cadrul unei societăți sau în anumite zone ale acesteia (...). Capitalul social diferă de celelalte forme ale capitalului uman, în măsura în care este, în mod uzual, creat și transmis prin mecanisme culturale, cum ar fi religia, tradiția, sau contextul istoric”<sup>10</sup>.

<sup>7</sup> Michel Collon, *L'opération de traduction comme relation symbolique*, în Roqueplo, P., *Incidences des rapports sociaux sur le développement et les techniques*, Paris, Cordes, 1976.

<sup>8</sup> M., Collon, B. La Four, *Unscrewing the Big Leviathan; How Actors Macrostructure Reality and how Sociologists Help Them to Do So*, în Knoor-Cetina K, Ciocurel A., *Advances in Social Theory and Methodology*, London, Routhledge and Kegan Paul, 1981.

<sup>9</sup> Stanley A., Deetz, *Democracy in an Age of Corporate Colonisation*, New York, State University of New York, 1992, p. 43.

<sup>10</sup> Francis Fukuyama, *Trust. The Social Victories and the Creation of Prosperity*, New York, The Free Press, 1995, p. 10, 26.

Se introduce un principiu nou în economia de piață: competiția cu sumă pozitivă, ce înlocuiește concurența cu sumă nulă. Conceptul-cheie ce stă la baza acestui principiu este cel de capital social definit ca „un set de valori și norme informale împărtășite de membrii unui grup ce permite cooperarea între aceștia”<sup>11</sup>.

Competiția cu sumă pozitivă sau, cum se mai spune, „competiția prin colaborare”<sup>12</sup> aduce schimbări structurale în relațiile dintre instituții și în raporturile lor cu piața. Fără a urmări să tratăm pe larg această problemă<sup>13</sup>, vom prezenta aici (schema nr. 2) modelul noilor structuri instituționale prefigurate prin rețelele eterogene de cooperare.

Comparând cele două scheme, vom vedea o serie de modificări esențiale, aduse de rețelele eterogene de cooperare, în natura însăși a economiei.

Proiectul rețelei este corelat de cerințele piețelor (cerințe actuale sau virtuale), iar mecanismele directe de piață apar, doar la finalul întregului proces productiv.

Acest model (schema nr. 2) prezintă o situație ideală, dezirabilă. Uneori (și experiența U.E. o arată) nu se realizează o rețea completă. Pot exista *rețele lacunare* (în care lipsește un tip de actori principali – I, S, T – sau cei de transfer – IS, ST, TP), *rețele dispersate* (cu relații foarte slabe între actorii unor „noduri”), *rețele scurte* (în care lipsesc unele verigi ale „nodurilor”, de exemplu, nodul „știință” nu are toate verigile: cercetarea fundamentală, aplicativă etc.), *rețele fără dominanță* (când lipsește o instituție de bază care să coordoneze toată rețeaua). În asemenea cazuri, rețeaua eterogenă de cooperare poate funcționa, intersectându-se pe unele segmente cu relații obișnuite de piață.

Ceea ce este esențial, din perspectiva temei noastre, constă în modul de a privi comportamentul (managementul) în crearea și ființarea rețelelor.

Rețelele eterogene de cooperare (în sensul lor real) nu pot fi create prin simpla alăturare a unor instituții de tip vechi (unifuncționale și unidisciplinare). Pentru a putea intra și funcționa în rețea, instituțiile participante trebuie să se modifice ele însele. Și din unele cercetări făcute de noi, dar, cu deosebire, din materialele U.E., rezultă că tocmai acest prim moment este dificil a fi realizat.

*Managementul* activității în rețelele eterogene de cooperare începe cu măsuri de restructurare a instituțiilor existente. Elementul operațional direct de lucru poate fi cel de program sau proiect. Proiectul poate fi definit „ca un principiu unificator care articulează temporar acțiuni circumstanțiale. În jurul proiectului urmează a se agrega eventual diverși actori care, împreună, vor construi un traseu. Acest traseu („cheminement”) nu este fixat de la început; el este doar inițiat. El va fi construit treptat (...) ca și proiectele formale de coordonare care sunt, prin definiție, principii unificatoare. Unei forme de coordonare îi poate corespunde un proiect, dar echivalența nu este necesară”<sup>14</sup>.

<sup>11</sup> Francis Fukuyama, *The Great Disruption. Human Nature and the Reconstruction of Social Order*, New York, The Free Press, 1999, p.16.

<sup>12</sup> Joel Bleeke, David Ernst, (eds), *Using Strategic Alliance and Acquisition in the Global Marketplace*, New York, John Wiley and Sons inc., 1993, p. 269.

<sup>13</sup> Oscar Hoffman, *Intreprinderea în tranziție*, București, Eitura Lumina Lex, 2000, p. 291.

<sup>14</sup> D., Vinck, *op.cit.*, p. 91.



# REALITĂȚI ȘI TENDINȚE ÎN PROCESUL DE INFORMATIZARE A SOCIETĂȚII ROMÂNEȘTI

ION GLODEANU

## 1. De la abac la calculatorul electronic

Tema de cercetare\*, din care prezentăm câteva rezultate, a fost proiectată pentru o perioadă de un an de zile și se bazează pe analiza secundară a cercetării realizate în cadrul unui proiect comparativ internațional<sup>1</sup>.

Mai întâi trebuie spus că timp de trei decenii (1955–1985) în țara noastră a fost creat un potențial industrial în domeniul tehnologiilor informatice și de comunicare (TIC), precum și resurse umane, specialiști pentru acest domeniu. Acest potențial a fost rezultatul unei strategii naționale de dezvoltare a TIC, „a unui program tehnologic, unul din cele mai mari din țară”<sup>2</sup> program care a făcut ca România să se situeze în acest domeniu și în acea perioadă, printre cele mai avansate țări, dintre țările fostului bloc socialist. Acest program național nu a fost însă conceput, nu a apărut pe un teren gol, ci la aceea dată țara noastră se afla printre primele șase țări din lume care construiseră un calculator electronic de concepție proprie.

Începuturile preocupărilor pentru construirea de calculatoare în țara noastră datează din 1953, când inginerul Victor Toma, membru de onoare al Academiei

\* La realizarea temei a mai participat Andreea Nicolaescu, cercetător științific, și Radu Mălureanu, asistent de cercetare.

<sup>1</sup> Proiectul comparativ *Telematics And Communications Technology Industrial Comparative Study*, între România, Bulgaria și Macedonia (1999–2000). Pentru realizarea proiectului au fost folosite o metodologie și tehnici de cercetare diverse: analiza teoretică cu ajutorul a 12 descriptori din 151 reviste de specialitate de circulație internațională; analiza istorică bazată pe lucrări, reviste de specialitate și interviuri semidirective cu cercetători, cadre didactice universitare și specialiști din domeniul tehnologiilor informatice și de comunicare; studii de caz în firme din domeniu și anchetă pe bază de chestionar pe un eșantion reprezentativ de 280 firme. În cele trei țări, eșantioanele cercetate au însumat 730 firme reprezentând circa 15% din totalul firmelor existente, care activează în acest domeniu la data anchetei.

În România, cercetarea a fost realizată de un colectiv de cercetători de la Institutul de Sociologie al Academiei Române compus din: Ioan Glodeanu (coordonator), Oscar Hoffman, Doina Dragomirescu, Mariana Popa, Andreea Nicolaescu, Daniela Pârlea cercetători și Șerban Paraschiva, Stoica Daniela asistenți de cercetare.

<sup>2</sup> Mihai Drăgănescu, *Societatea informațională și a cunoașterii. Vectorii societății cunoașterii*, în vol. *Societatea Informațională – Societatea Cunoașterii. Concepte, soluții și strategii pentru România* (coord. Florin Gh. Filip.), București, Editura Expert, 2001.

Române, lansează proiectul unui calculator electronic, proiect pe baza căruia, în 1957, la Institutul de Fizică Atomică al Academiei Române a fost construit și pus în funcțiune primul calculator românesc cu tuburi electronice, denumit CIFA 1. Au urmat alte versiuni – CIFA 2, CIFA 3 și CIFA 4 – fiecare dintre ele cu numeroase îmbunătățiri și noi performanțe.

Progresul în microelectronică a făcut posibilă construirea, în 1964, a calculatorului din generația a II-a, calculatorul electronic cu tranzistori (CET 500 și apoi CET 501). În aceeași perioadă și în alte centre universitare și de cercetare au fost concepute și construite alte tipuri de calculatoare: la Cluj s-a construit calculatorul DACIC 1, apoi cele din seria CIFA 101 și CIFA 102; la Timișoara se construiesc calculatorul MECIPT în trei variante; la Institutul Politehnic București se construiesc microcalculatoarele Felix; la Institutul de Tehnică de Calcul București se asimilează calculatorul din generația a III-a, Felix C-256, cu circuite integrate după licență franceză – IRIS 50. În 1968 se pun bazele construirii unei fabrici de calculatoare (FCE), devenită mai târziu Întreprinderea de Calculatoare Electronice (ICE), care avea să reprezinte întreprinderea fanion a tehnologiei informației românești, până la mijlocul anilor '80<sup>3</sup>.

Pe de altă parte, în învățământul superior se creează noi structuri care să formeze specialiști atât în hardware cât și în software: la Facultatea de Electronică și Telecomunicații a Institutului Politehnic București se înființează o secție cu profil de calculatoare, iar în cadrul Facultății de Automatică se înființează de asemenea o secție cu profil de calculatoare. La ASE ia ființă Facultatea de Cibernetică și unul din cele mai importante Centre de calcul universitare; la Facultatea de Matematică a Universității din București se creează secția de matematică-informatică și un centru de calcul menit să asigure viitorilor specialiști o bună pregătire practică în domeniul informaticii.

Pe măsură ce tehnologiile s-au dezvoltat și performanțele lor s-au îmbunătățit, s-au multiplicat și domeniile de folosire a acestora. Unul dintre acestea l-a reprezentat proiectul unei rețele naționale de calculatoare, proiect care avea ca obiectiv crearea unei rețele de transmisii de date la nivel național. Deși la realizarea acestui proiect și-au adus contribuția cei mai de seamă specialiști timp de mai bine de un deceniu și proiectul a început să fie pus în practică prin interconectarea unor regiuni istorice ale țării, prin desființarea Institutului Central de Informatică (principalul artizan al proiectului) în 1985, din ordinul conducerii de partid și de stat de atunci, proiectul a fost abandonat. Dar, anii '80 n-au însemnat doar abandonarea unui proiect, de altfel extrem de important, România fiind singura țară din fostul bloc socialist cu un astfel de program, ci și o rămânere în urmă în raport cu evoluțiile în acest domeniu, din țările dezvoltate din punct de vedere economic.

<sup>3</sup> Analize în detaliu privind construirea primelor calculatoare în țara noastră și în lume, și dinamica tehnologiilor informatice sunt prezentate de: Mihai Drăgănescu în revista „Academica”, anul XII, nr. 1–2 (133–134), nov–dec. 2001, p. 43–44; Victor Toma în revista „Academica”, anul XII, nr. 3(135), ian. 2002, p. 29–30; Doina Dragomirescu în vol. *Telematics And Communications Technology Industrial Comparison Study*, Lik Publishing House, Sofia 2001, p. 357–363.

Sistarea importurilor de materii prime, componente, subansamble, accesul limitat al specialiștilor la informația științifică, a însemnat pentru țara noastră o stagnare din punct de vedere tehnologic, încât tranziția a avut ca punct de pornire o stare de „îngheț tehnologic”.

Această sumară incursiune, în istoria TIC românești, demonstrează că țara noastră a avut o tradiție, contribuind la dezvoltarea domeniului, a creat structuri care au pregătit specialiști, a construit și dezvoltat capacități de producție, a elaborat programe care vizau introducerea TIC în cele mai diverse domenii de activitate, dar măsuri arbitrare ale vechii conduceri a țării au împiedicat continuarea dezvoltării acestui domeniu, condamnând România la o rămânere în urmă cu decenii față de țările dezvoltate.

După 1990, au fost adoptate mai multe reglementări guvernamentale și strategii, privind Societatea Informațională, unele dintre ele cu date foarte concrete privind obiectivele, termenele, dar din păcate foarte puține dintre măsurile și obiectivele propuse au și fost realizate<sup>4</sup>.

## **2. Emergența noilor actori sociali pe piața IT**

Apariția întreprinderilor postsocialiste este unul din semnele importante ale tranziției, ale trecerii de la economia centralizată la una concurențială. Vechile întreprinderi făceau parte din structuri ierarhice, bine definite ca funcțiuni și competențe, unele din funcțiile proprii întreprinderii erau „externalizate”, preluate de structuri specializate, exterioare întreprinderii, așa cum sunt cele de comerț exterior, marketing, C & D ș.a. După 1990, când vechile structuri de organizare și funcționare a întreprinderilor industriale au fost abandonate, concomitent cu apariția cadrului legal al sectorului privat, specialiști cu niveluri diferite de pregătire (de la cei cu studii superioare la muncitori cu înaltă calificare) și spirit întreprinzător, au părăsit întreprinderile de stat preluând mici afaceri pe cont propriu. Totodată, apariția șomajului, inițial în proporții reduse, ca fenomen social, a reprezentat un alt factor care a condus la orientarea unora dintre cei disponibilizați spre sectorul privat, fie patroni, manageri sau simpli muncitori. Astfel, apare o nouă categorie de actori sociali, specifici, și anume cei de pe piața TIC, care au creat și dezvoltat într-un timp relativ scurt un număr mare de firme, contribuind la formarea unei piețe concurențiale în domeniu.

Ritmul cel mai înalt de creare a acestor firme s-a înregistrat în perioada 1992–1996, când au fost înființate 73% din totalul firmelor din domeniu, înregistrate în perioada 1990–2000. Ceea ce este caracteristic firmelor înființate în perioada 1990–1992 este faptul că acestea au fost în cea mai mare parte microîntreprinderi sau întreprinderi mici, cu un capital social minim, al căror obiect principal de activitate era comercializarea de produse și servicii IT, pentru ca pe parcurs să se adauge noi tipuri de activități, mai complexe.

<sup>4</sup> H.G. 490/1991 privind concepția generală a informatizării societății românești; Carta Albă a Informatizării în România, 1992; Strategia națională privind societatea informațională, 1996; Strategia națională de informatizare și implementare în ritm accelerat a societății informaționale, 1997; Strategia Ministerului Comunicațiilor și Tehnologiei Informației privind trecerea la societatea informațională, 2001.

### Caseta 1

Firma s-a înființat în 1990, ca întreprindere cu un singur acționar și 100 000 lei capital social. Activitatea am început-o într-un spațiu închiriat de la stat, părăsit și propus pentru demolare. A fost nevoie de un an de muncă pentru a face acest spațiu funcțional pentru o firmă.

Firma a parcurs mai multe etape de dezvoltare, cu fiecare etapă modificându-și obiectul de activitate. În prima fază (1990), firma a avut ca obiect de activitate service pentru echipamente electrice și electronice. Atunci (1990) am pornit afacerea cu un ciocan de lipit, un aparat de măsurat curentul, o șurubelniță și câteva fire (cablu) electrice. În 1992 la obiectul de activitate s-a adăugat și comercializarea de componente electronice, aparate de măsură și control, scule și accesorii din domeniul electronicii, iar din 1998 s-a creat în cadrul firmei un departament de producție. Activitatea de service a rămas, și este o componentă importantă a firmei, dar prestarea de servicii pentru populație s-a transformat într-o anexă a activității de comercializare. Pe viitor există intenția și preocuparea de a extinde obiectul de activitate, respectiv de a realiza, în maximum 1–2 ani și export de produse electronice.

**Studiu de caz. Firma E, interviu semidirectiv, patron.**

O altă caracteristică specifică acestor firme este aceea că în proporție de peste 90% sunt firme private, ai căror acționari sunt persoane fizice sau juridice române și/sau străine, ceea ce a făcut ca în acest domeniu, capitalul și respectiv proprietatea să fie predominant private.

Repartiția în teritoriu a firmelor din domeniul TIC relevă, pe de o parte, o concentrare a acestora în câteva zone și anume, în București unde se concentrează 29% din totalul firmelor, în Transilvania 27% și Moldova 20%. Repartiția pe județe relevă faptul că cele mai multe firme se află amplasate în orașele mari, de regulă capitală de județ. În acest sens este semnificativ cazul municipiilor Cluj, Timișoara, Brașov, Galați, Sibiu și Botoșani unde sunt concentrate cele mai multe firme. La polul opus se află județe cu un număr nesemnificativ de firme, cum sunt: Vaslui, Tulcea, Giurgiu, Mehedinți, Călărași, unde se găsesc doar câte două-trei firme în fiecare județ. Pe de altă parte, se constată că zonele sau localitățile unde s-a creat un număr mare de firme, reprezintă și importante centre de învățământ și cercetare, și au o tradiție în domeniul industrial.

Această realitate confirmă una din ipotezele cercetării și anume, *aparitia și dezvoltarea firmelor din domeniul TIC este strâns legată de dezvoltarea economică*: în zonele sau județele mai dezvoltate din punct de vedere economic, cererea de TIC și servicii aferente acestora va fi mult mai mare și drept urmare va exista și o ofertă pe măsura cererii, pe când în zonele mai slab dezvoltate cererea va fi mai redusă și corespunzător o ofertă scăzută, concretizată printr-un număr redus de firme. Asta înseamnă că disparitățile, din punct de vedere economic, vor conduce la o polarizare a populației în raport cu accesul la tehnologiile informatice și de comunicare și, drept urmare, la mari diferențieri în ceea ce privește accesul la informație și comunicare.

Noii actori sociali implicați în producerea și difuzarea TIC au fost în faza inițială *actori individuali*, care au început pe cont propriu o afacere, pe care au

dezvoltat-o transformându-se în *actori colectivi*, care au creat o piață în plină ascensiune în domeniu. Ei au provenit în cea mai mare parte din întreprinderi, institute și centre de cercetare de profil sau de graniță, constituind o nouă generație de manageri, dat fiind că o dată demarată afacerea, fiecare întreprinzător și-a asumat și responsabilitatea de organizare și conducere, chiar dacă la o scară mai redusă la început. Tipuri specifice de activități cum sunt cele de aprovizionare, desfacere, politica de prețuri, strategii de dezvoltare a firmei ș.a., care într-o întreprindere tradițională sau o firmă de talie medie sau mare erau/sunt îndeplinite de servicii specializate, în cazul microîntreprinderilor sau întreprinderilor mici, aceste activități sunt îndeplinite de una și aceeași persoană, ceea ce implică acumularea unor noi cunoștințe și deprinderi în organizarea și conducerea firmei. Aceasta cu atât mai mult, cu cât mediul în care se derulează activitatea este unul bazat pe noi reguli care privesc cooperarea cu partenerii de afaceri, cu clienții, competiția și concurența.

### 3. Principalele tipuri de activități ale firmelor

Obiectul de activitate al majorității firmelor cercetate se concentrează în cea mai mare parte în sfera comerțului, serviciilor informatice și de telecomunicații și într-o măsură foarte mică în producția de tehnologie.

Analiza pe criterii calitative relevă o mare diversitate a activităților firmelor. S-ar putea crede că, pe lângă activitățile de bază, firmele desfășoară activități complementare, menite să le facă mai atractive consumatorilor pe cele de bază. În realitate, chiar activitățile de bază se concentrează tot în zona comerțului și serviciilor, în timp ce producerea tehnologiilor ocupă un loc minor și se întâlnește îndeosebi în firmele, care și înainte de 1989 erau specializate în producția de tehnologii informatice și telecomunicații și care prin restructurare și privatizare și-au menținut și dezvoltat obiectul principal de activitate.

#### Caseta 2

Societatea s-a constituit în 1991 ca societate mixtă cu capital străin și românesc, pe structura vechii întreprinderi.

Combinând experiența de zeci de ani, în domeniul producției de echipamente de telecomunicații, a întreprinderii românești, cu tehnologia de vârf și potențialul înalt de cercetare și proiectare a partenerului străin, cei doi parteneri au găsit soluția ideală de cooperare.

Activitatea de bază pe care o desfășoară societatea este producerea de centrale telefonice digitale STAREX și echipamente auxiliare de telecomunicații; instalarea, punerea în funcțiune și servirea pentru echipamentele din programul de fabricație; proiecte la cheie de sisteme de telecomunicații; studii de fezabilitate pentru rețele de telecomunicații; școlarizarea personalului beneficiarilor produselor noastre.

Centralele telefonice din familia STAREX pot fi utilizate în diverse aplicații: rețele PABX cu capacități de 24 la 2336 linii echivalente; rețele hoteliere; rețele publice-rurale cu capacitate de la 200 la 2336 linii echivalente; rețele mixte fir-radio; rețele pentru aplicații speciale.

**Studiul de caz, Societatea B, interviu semidirectiv, Director R & D.**

Orientarea cu precădere spre comerț și servicii – explicabilă prin investiții reduse la începutul activității și ciclul de revenire a capitalului mai scurt – deși benefică din perspectiva promovării și difuzării de produse și servicii informatice și de comunicare, precum și o sursă importantă pentru crearea de noi locuri de muncă, pe termen lung poate reprezenta un handicap pentru țara noastră privind producerea de tehnologii, în sensul dependenței țării de importul de tehnologie.

În România, asamblarea și comerțul stau la baza activității majorității firmelor. Chiar firmele cu activități legate de proiectarea și construirea de rețele de computere și de comunicații, fac în fond comerț și service și nu producție în sensul propriu al termenului. Indicatorul „veniturile firmei” atestă cele de mai sus: pentru 60% dintre firme venitul principal provine din comerț; pentru 51% din servicii publice, iar pentru alte 51% din instalare și întreținere rețele. În schimb, producția de computere și alte produse informatice și de comunicare reprezintă sursa principală de venit, doar pentru circa o treime dintre firme. Se remarcă, în acest sens, firmele care produc și comercializează software, acestea reprezentând 45% dintre firme. *Una din direcțiile de dezvoltare și competitivitate pe piața mondială o poate reprezenta tocmai producția de software*, dat fiind că investițiile în acest domeniu sunt mult mai reduse decât în producția de hardware, precum și existența unui număr important de specialiști, recunoscuți pe plan mondial. În acest sens, este semnificativ faptul că Raportul Brainbench, pe anul 2001, plasează România ca lider regional în ceea ce privește calificarea în domeniul IT, țara noastră depășind țări ca Marea Britanie, Bulgaria, Germania, Lituania și Suedia<sup>5</sup>, *domeniu în care țara noastră are toate șansele să se impună și să devină un punct de referință*. Este și motivul pentru care în ultimul an au fost întreprinse numeroase măsuri pentru sprijinirea dezvoltării producției de software în țara noastră<sup>6</sup>.

Revenind la tipul de activitate a firmelor, se constată că chiar la acele firme care au în preocupările lor producerea de tehnologie, gradul de inovare este foarte scăzut. Majoritatea activităților de producție sunt în foarte mică măsură axate pe diversificare și varietate calitativă, creativitate proprie și inovare, un grad ridicat de valoare adăugată ș.a. Producția de tip „standard” este predominantă (58%), dar este întâlnită și la firmele care declară că „dezvoltă ele însele” produsele pe care le oferă. În acest ultim caz este vorba de adaptări la cerințele consumatorilor a produselor standard, și nicidecum de produse originale.

Această realitate confirmă o altă ipostază a cercetării și anume, *probabilitatea destul de mare ca evoluția acestui domeniu să fie marcată, în primele sale stadii, de activități de nivel tehnologic mai scăzut, iar o dată cu acumularea de experiență, capital și câștigarea unui anumit segment de piață, este posibilă trecerea la un stadiu avansat al tehnologiilor*.

<sup>5</sup> Global IT IQ Raport, 2001.

<sup>6</sup> Sunt în principal inițiative de ordin legislativ pentru reglementarea domeniului și acordarea de facilități firmelor și specialiștilor din domeniul producției de software, cu scopul de a încuraja și dezvolta acest domeniu de activitate: crearea de parcuri tehnologice pentru producția de software, în special pentru export. Aceste firme vor beneficia de numeroase avantaje: import de echipamente și consumabile fără taxe vamale, impozit pe profit de doar 2,5%, scutire de plata TVA dacă în anul precedent au exportat cel puțin 90% din producție; legea semnăturii electronice; legea comerțului electronic; legea pirateriei pe Internet.

#### 4. Tipuri de comportament al actorilor sociali în raport cu forma legală de înregistrare

Deși aparent, forma legală de înregistrare nu are o semnificație deosebită vizavi de comportamentul firmelor pe piață, în funcție de acest indicator firmele prezintă unele trăsături comune, dar și specifice.

*Societățile pe acțiuni* sunt de regulă firme de talie mare și mijlocie. Media salariilor, media bunurilor deținute (tangibile și intangibile), media partenerilor și clienților, în continuă creștere, depășesc cu mult situația celorlalte tipuri de firme. Aceste firme alocă cele mai mari sume de bani pentru cercetare-dezvoltare. De asemenea, la aceste firme se întâlnește cea mai ridicată medie a veniturilor, ceea ce presupune că acestea dețin segmentele principale ale piețelor din România. Cu toate acestea, venitul mediu pe salariat este mult mai scăzut, comparativ cu cel realizat de celelalte tipuri de firme. La fel, raportul dintre media veniturilor și valoarea medie a bunurilor, ceea ce pare să indice că societățile pe acțiuni au o productivitate a muncii mai scăzută, deși sunt deținătoare a unui important patrimoniu, folosit însă cu eficiență redusă.

*Societățile cu răspundere limitată cu mai mulți proprietari* sunt în marea lor majoritate firme de talie mijlocie, au o poziție medie sub aspectul eficienței, al evoluției clienților și partenerilor, al patrimoniului. Comparativ cu firmele din prima categorie (S.A.), aceste firme au cumpărat cele mai puține licențe și au alocat sume mai mici pentru cercetare-dezvoltare.

*Societățile pe acțiuni cu răspundere limitată cu un singur proprietar* sunt în genere firme mici și mijlocii, cu o valoare a patrimoniului redusă, cu un număr relativ mare de clienți, preponderent persoane fizice. Veniturile pe salariat sunt mult mai mari comparativ cu firmele din primele două categorii, ceea ce înseamnă o productivitate și eficiență sporite. Acestea sunt, după expresia Uniunii Europene, principalele „locomotive” ale creșterii economice și creării de noi locuri de muncă. Acționând pe segmente mici ale piețelor, au o capacitate mai mare de adaptare la cerințele consumatorilor, sunt mai flexibile în raport cu fluctuațiile piețelor și pot practica o competiție eficientă.

La nivelul UE există numeroase experiențe pozitive privind întreprinderile mici și mijlocii (IMM), dar și o preocupare crescândă pentru a sprijini dezvoltarea acestora, fapt atestat de adoptarea *Cartei Europene a întreprinderilor mici și mijlocii*<sup>7</sup>, cu scopul „creerii unui mediu favorabil dezvoltării IMM, considerate ca un factor vital al UE pentru susținerea creșterii economice viitoare”<sup>8</sup>.

Ambiția de a face din UE o economie fondată pe cunoaștere, cea mai competitivă și cea mai dinamică din lume până la sfârșitul deceniului, organismele

<sup>7</sup> Carta Europeană a întreprinderilor mici și mijlocii a fost adoptată în iunie 2000. Carta recunoaște importanța IMM ca sursă de creare a locurilor de muncă, ca element cheie al unei economii europene durabile. Carta subliniază necesitatea de a reduce formalitățile administrative, pentru ca IMM să se poată dezvolta fără a se împotmoli în birocrăție; Carta estimează capacitatea IMM de a acționa de manieră dinamică la evoluțiile rapide ale pieței; Carta recunoaște rolul lor în dezvoltarea aridă și regională, în sânul noii economii fondată pe cunoaștere; Carta asigură că UE va oferi cel mai bun mediu lumii întreprinderilor mici și mijlocii, dându-le acces la surse de finanțare, de cercetare și tehnologie.

<sup>8</sup> „Innovation & Transfert Technologique”, 2001, nr. 1, Bruxelles.

europene întreprind numeroase măsuri de a elibera IMM de lanțurile birocrăției. Cele 64 de recomandări vizează probleme juridice și administrative, care împiedică dezvoltarea IMM. Aceste recomandări privesc: îmbunătățirea accesului antreprenorilor la sursele de finanțare; accesul la rezultatele cercetării-dezvoltării și inovării; îmbunătățirea administrației publice învățământului și formării profesionale; îmbunătățirea condițiilor de muncă și crearea de noi locuri de muncă<sup>9</sup>.

Nu este nevoie de un efort prea mare pentru a desprinde măsurile ce trebuie întreprinse în țara noastră, vizavi de prevederile cartei IMM. Dacă luăm, de pildă, accesul la sursele de finanțare, vom observa că pentru 87% dintre firmele cercetate, sursa principală este autofinanțarea, băncile reprezentând surse de finanțare doar pentru circa 29% dintre firme. Interesant de semnalat este și faptul că mai bine de două treimi dintre firme folosesc credite pe termen scurt, pentru finanțarea curentă a activității, și doar 10% folosesc credite pe termen lung, pentru investiții.

Dobânzile ridicate, sistemul garanțiilor ca măsuri ale prudenței bancare fac dificil accesul la surse de finanțare oficiale, pentru investiții și dezvoltare.

În cazul țării noastre, birocrăția reprezintă un fenomen care grevează profund constituirea și dezvoltarea firmelor. Un experiment menit să verifice cum sunt aplicate legile la noi în țară, în domeniul constituirii unei firme, a fost conceput de șeful corpului de control al primului ministru: au fost trimiși trei funcționari guvernamentali, incognito, la Biroul Unic pentru a înființa o firmă. Cu toate documentele necesare au fost plimbați de la un ghișeu la altul, chemați în zilele următoare, încât după 84 de zile n-au reușit să înființeze presupusa firmă, deși legislația în vigoare stabilește un termen maxim de 20 de zile. Acest fapt demonstrează cât de mare este distanța dintre lege și aplicarea ei în practică. Și exemplele pot continua cu nenumărate dificultăți cu care se confruntă firmele în activitatea lor cotidiană.

### Caseta 3

Firma noastră respectă cu corectitudine legislația și sistemul taxelor. Facem parte din acea mică categorie de firme care își achită datoriile către stat la timp.

Sunt, însă, destule nemulțumiri legate de sistemul taxelor: taxele sunt îngrozitor de mari. Nu este posibil ca impozitul pentru așa-numita muncă vie să ajungă la 60%. Impozitul pe profit este considerat excesiv și în plus mecanismul prin care se stabilește profitul este destul de discutabil. Nu se poate să-ți ia impozit pe devalorizarea leului. Dacă eu am la începutul anului 1 milion USD în bancă și nu-l ating, la sfârșitul anului nu-mi ia impozit doar pe dobândă. Îmi ia impozit și pe devalorizare. Socotește câți lei a făcut la începutul anului milionul de dolari și câți face la sfârșitul anului. Diferența este considerată profit și-mi ia impozit. Dar nu este profit, este diferență de curs valutar, ceea ce este altceva decât profitul.

Și mai pot fi enumerate multe probleme care pun piedici dezvoltării firmelor. De exemplu, plata TVA în vamă pentru fiecare import, chiar dacă firma are de recuperat TVA de la stat; plata TVA la sfârșitul lunii pentru facturi care n-au fost încasate ....

**Studiu de caz firma D, interviu semidirectiv, manager general.**

<sup>9</sup> „Innovation & Transfert Technologique”, 2001, nr. 2, Bruxelles.



### 5. Cooperare și competiție între actorii sociali pe piața TIC

Piața TIC din România este o piață cu un mare potențial de absorbție, iar firmele care activează pe această piață se află într-un proces de restructurare. Dacă timp de un deceniu (1991–2000), am asistat la un proces de sporire continuă a firmelor din domeniu, încât la sfârșitul anului 2000 numărul acestora depășea 4 000, perioada următoare va fi marcată de un proces de concentrare a firmelor din domeniu, rămânând pe piață un număr mai redus de actori, și anume cei care vor putea face față unei concurențe din ce în ce mai puternice. Dacă luăm în seamă faptul că firmele de asamblare și cele care comercializează calculatoare dețin jumătate din piață, iar mari producători internaționali ca IBM, HP și Compaq dețin mai mult de o treime din piața de calculatoare, pe măsură ce situația economică a țării se va îmbunătăți și puterea de cumpărare va crește, o parte importantă a clienților (persoane fizice și firme) se vor orienta tot mai mult spre piața de calculatoare *brand-name*, care deși mai scumpe, asigură o calitate și performanțe sporite.

Una din șansele multor firme de a se menține pe piață și a se dezvolta este aceea a „intrării” acestora în rețele eterogene de cooperare, modalitate prin care IMM pot deveni „importatoare” dar și „exportatoare” de tehnologie.

Procesul de constituire a unor rețele de cooperare se află într-un stadiu incipient. Deși o pondere importantă (75%) dintre firme declară că au parteneri stabili de afaceri, în cazul a mai mult de jumătate dintre acestea numărul partenerilor este relativ scăzut. Principalele domenii de parteneriat privesc distribuția (48,0%) și tehnologia (43, 0%) și într-o mai mică măsură logistica (24,0%) și marketingul (16,0%). Or, aceasta arată că firmele sunt încă departe de adevăratul sens al rețelelor. În fapt avem de a face cu relații obișnuite de afaceri nu de cooperare în rețea. Lipsesc preocupările de atragere în aceste rețele a institutelor și centrelor de cercetare-dezvoltare, a instituțiilor de învățământ și a firmelor mari, cu resurse pentru cercetare-inovare. Chiar relațiile cu furnizorii sunt deficitare, accesul la tehnologii de vârf fiind dificil și marcat de numeroase constrângeri, firmele de asamblare fiind interesate în primul rând de componente și subansamble la un preț cât mai redus, ceea ce face ca firmele să „migreze” de la un furnizor la altul, care oferă componente mai ieftine.

Atrage atenția chiar tipul de cooperare cu întreprinderile productive din afara ramurii. În țara noastră, tehnologiile informatice și de comunicare au pătruns cu precădere în activități conexe producției propriu-zise, și anume în zona gestiunii, contabilității etc. Informatizarea producției este foarte redusă și se întâlnește doar în anumite sectoare de activitate, pentru că tehnologiile cu care se operează n-au trecut de limita unor producții de tip „industrial-clasic”. Or, tehnologiile informatice nu se pot aplica unei infrastructuri de tip mecanic, iar întreprinderile din țara noastră sunt departe de a trece spre industriile postindustriale.

Din acest motiv, chiar domeniile în care se desfășoară competiția sau cooperarea arată că ne aflăm într-o etapă „preinformatică”, iar principalele domenii ale competiției sunt prețul de cost, calitatea, promovarea de noi produse, obținerea de comenzi și angajarea de personal calificat. Competiția în planul cercetării-dezvoltării, inovării, modernizării tehnologice este foarte slabă, pentru că baza acestora lipsește, iar IMM nu au resurse financiare și umane să se angajeze în astfel de activități. Din acest motiv, crearea unor rețele care să cuprindă producători de tehnologie, institute de cercetare-dezvoltare, inovare, instituții de învățământ, instituții bancare, reprezintă una din soluțiile dezvoltării IMM din acest domeniu, prin transferul de cunoaștere și tehnologie.

Această tendință este tot mai intens promovată de UE, care atrage atenția asupra necesității schimbării relațiilor dintre cercetare-dezvoltare și producție, pentru a asigura transferul mult mai ușor și rapid al inovației din sfera cercetării spre cea a aplicării. Aceasta impune schimbarea comportamentului atât în sfera cercetării cât și a producției, încât noile cunoștințe științifice să fie accesibile întreprinderilor, iar programele de cercetare să includă mecanisme care să stimuleze și să contribuie la aplicarea lor în producție. Sunt inițiative și cerințe care, pe de o parte, au menirea de a facilita transferul de cunoaștere, iar pe de alta, căile și mecanismele de dezvoltare a IMM, transformându-le în adevărate punți de legătură între structurile de cunoaștere și inovare și producție.

#### **6. Telefonie mobilă. Start lent, dezvoltare explozivă**

Telefonie mobilă se află printre serviciile a căror apariție și dezvoltare este de dată relativ recentă. Fiind un serviciu nou, necunoscut marelui public, lipsa unei campanii agresive de publicitate și promovare a primului operator au făcut ca startul să fie unul lent, fără indicii că în viitorul apropiat acest serviciu ar putea crea o piață concurențială importantă.

Liberalizarea pieței telefoniei mobile, poate fi considerat factorul cel mai important al dezvoltării rapide a acestui serviciu și creării unui model de competiție și de afaceri, contribuind la dezvoltarea comunicațiilor în România.

Pe piața telefoniei mobile, competiția se desfășoară între patru companii: Mobifon, MobilRom, Cosmorom și Zapp Mobile.

Primul operator român de telefonie mobilă (Telefonica România) și-a lansat serviciul NMT 450 în aprilie 1993. Cu un start lent (doar 1000 abonați la sfârșitul anului 1993 și 20 000 după alți trei ani), în 1998 Romanian Domestic Telephony (RDT), un consorțiu străin, preia 95% din acțiuni, dă un nou nume companiei (Telemobil) care în decembrie 2000 lansează serviciul Zapp Mobile, cu tehnologia CDMA 2000.

Liberalizarea pieței telefoniei mobile a făcut posibilă lansarea în aprilie, respectiv iunie 1997, a serviciului GSM 900 de către alte două companii străine

(Mobifon cu serviciul Connex și MobilRom cu serviciul Dialog devenit din 2002 Orange). În fine, lansarea primului operator de telefonie mobilă DCS 1800, în mai 2000, (Cosmorom), deținut de RomTelecom, completează tabloul competitorilor pe piața telefoniei mobile. Ca în oricare competiție și pe această piață există un lider, Connex, urmat îndeaproape de Orange, cei doi operatori acoperind peste 90% din piața telefoniei mobile din România.

Ceea ce este caracteristic dezvoltării celor doi operatori este faptul că, în faza inițială, au acordat o atenție deosebită **acoperirii**. Mai întâi s-au concentrat pe marile zone urbane, acoperind fiecare aproximativ 80% după primul an și 90% după al doilea an, pentru ca apoi să-și concentreze atenția către orașele mici și zonele rurale. Apoi, importante investiții în infrastructură și nu în ultimul rând în diversificarea continuă a gamei de produse și servicii, precum și campanii publicitare pentru promovarea serviciilor. Astfel, în patru ani de la lansare, Connex a cheltuit pentru publicitate 45 milioane USD, iar Orange 40 milioane USD<sup>10</sup>. Rezultatul a fost creșterea continuă a numărului de abonați, încât la sfârșitul anului 2001 Connex a depășit 2 milioane abonați, iar Orange avea circa 1,7 milioane.

Diversificarea serviciilor oferite de cei doi operatori a reprezentat de asemenea o preocupare centrală atât pentru menținerea utilizatorilor, cât și pentru atragerea altora noi. Este o cursă contracronometru între cele două firme pentru a introduce și dezvolta noi servicii și produse. Redăm mai jos principalele servicii oferite de Connex și Dialog (Orange):

| CONNEX          | DIALOG (ORANGE)            |
|-----------------|----------------------------|
| Connex Wap      | Dialog Email și Internet   |
| Connex Office   | Dialog Wap                 |
| Connex Vox      | Mesagerie Fax              |
| Xmail           | Birou Mobil                |
| Myx             | Serviciul Cronos           |
| Connex Fox Box  | Serviciul Roaming          |
| Connex Roaming  | Mesagerie vocală standard  |
| Agenda Connex   | Mesagerie vocală personală |
| Numere Speciale | Serviciul deșteptare       |
| Connex Text     | Serviciul Memo             |
| Connex Chat     | Info +                     |
| Connex Play     | Dialog Fax                 |
|                 | Repertoar                  |
|                 | Info +                     |
|                 | Info Reuters               |

<sup>10</sup> Cristian Manafu, [www.bizcity.ro](http://www.bizcity.ro)

#### Caseta 4

Misiunea companiei este nu doar crearea celei mai puternice companii de telecomunicații din România și menținerea ei pe poziția de lider, ci și oferirea unor servicii de comunicații globale accesibile.

În linii generale firma are două direcții mari de acțiune:

- a.** la nivelul macro (infrastructura)
- b.** la nivelul micro (clientul, abonatul sau utilizatorul)

La nivelul micro, cel al clienților, firma este interesată de atragerea de noi utilizatori și păstrarea, fidelizarea celor existenți. Pentru aceasta, strategiile firmei vizează în primul rând multiplicarea serviciilor, adecvarea lor la cerințele reale ale unor categorii de utilizatori. Sporirea calității serviciilor (îmbunătățirea semnalului, calitatea sunetului, reducerea timpului de intrare în rețea etc.) și multiplicarea destinațiilor potențiale pentru străinătate constituie preocupări esențiale.

Pe măsura amortizării investițiilor făcute, compania urmărește reducerea prețurilor la servicii și diferențierea lor în funcție de o serie de criterii. De asemenea, în strategia „micro” o altă direcție o reprezintă compensarea fidelității clienților prin diverse modalități (reduceri de taxe prin oferte promoționale, oferirea unor servicii gratuite etc.)

**Studiu de caz firma A, interviu semidirectiv, departament Relații cu clienții.**

Principalele caracteristici ale companiilor care activează pe piața telefoniei mobile ar putea fi sintetizate astfel:

- sunt companii care dispun de o importantă putere financiară, fiecare investind în infrastructură, pregătirea personalului; campanii promoționale de zeci de milioane de dolari;
- principalii parteneri și furnizori de tehnologie sunt companii de prestigiu în domeniu: Ericsson, Compaq, IBM, Siemens, Alcatel, Microsoft, Oracle, ș.a., ceea ce face ca acest domeniu să beneficieze de tehnologii de ultimă generație;
- permanentă preocupare pentru diversificarea serviciilor și produselor oferite clienților și utilizatorilor;
- managementul este în principal cel practicat de compania-mamă, cu unele adaptări la situația specifică țării noastre;
- o preocupare constantă pentru pregătirea personalului și pentru cercetare-inovare în domeniu.

Sunt câteva trăsături care deosebesc fundamental aceste companii de cele autohtone din domeniu, care le individualizează și reprezintă surse de progres în comunicații.

\*

Așa cum arătam, piața TIC din România este una cu un mare potențial de absorbție, dar cererea, deși în creștere de la an la an, este încă redusă, urmare a stării generale a economiei și puterii reduse de cumpărare. Așa se face că numărul

de PC la 100 de locuitori, la sfârșitul anului 2000, era de 2,8; cheltuielile pentru TIC de 12 USD pe locuitor și de 3,1 utilizatori internet la 100 de locuitori, indicatori care plasează România în urma majorității țărilor candidate la aderare la UE, cu un grad scăzut de informatizare a societății.

Anul 2001 pare să fie anul care a pus bazele unei dezvoltări ample a domeniului TIC și lărgirii bazei de informatizare, prin lansarea unor proiecte de anvergură care privesc guvernarea electronică, sistemul electronic de achiziții publice (e-Procurement), sistemul electronic de achiziții de bunuri și servicii (e-Market), plata taxelor și impozitelor prin sistem electronic (e-Taxpayment), servicii de informare electronică pentru cetățeni, sau lansarea proiectului sistemul educațional informatizat, informatizarea sistemului bancar, unele din aceste proiecte deja demarate și care funcționează cu bune rezultate.

Realizarea unor asemenea proiecte, pe lângă beneficiile care le vor aduce în planul relațiilor între instituțiile publice și cetățeni, vor contribui într-o mare măsură la dezvoltarea pieței TIC, atât printr-o cerere mai mare de calculatoare cât și prin dezvoltarea serviciilor informatice.

Dezvoltarea economică generală a țării, implicit creșterea nivelului de trai, va reprezenta factorul esențial în dezvoltarea pieței TIC, de informatizare a societății și de reducere a decalajelor existente față de celelalte țări candidate la aderare la UE.

România rămâne o piață potențială importantă, cu mare capacitate de absorbție a produselor și serviciilor informatice, cu resurse umane bine calificate în domeniu, acestea reprezentând premise și factori importanți ai construirii unei societăți, bazată pe tehnologiile moderne de informare și comunicare.

# CULTURA, IDENTITATEA NAȚIONALĂ ȘI RELIGIA ÎN DEZVOLTAREA DURABILĂ A SOCIETĂȚII ROMÂNEȘTI

MARIA COBIANU-BĂCANU, CONSTANTIN CUCIUC,  
PETRUȘ ALEXANDRESCU, OZANA CUCU-OANCEA, MANUELA GHEORGHE

## I. CULTURĂ – DEZVOLTARE DURABILĂ\*

Proiectul de cercetare abordează o temă complexă și de stringentă actualitate, pentru orice societate care își formulează proiecte pe termen lung, pentru generațiile viitoare. Complexitatea derivă din caracterul suprastructural al fenomenelor propuse spre studiu, din multitudinea de aspecte și trăsături pe care le presupune fiecare, ca și din setul de interacțiuni în care intră aceste fenomene în procesul dezvoltării durabile. Pornind de la imperativele societății românești contemporane, lucrarea își propune să lărgască paleta factorilor ce contribuie la dezvoltarea durabilă a societății, adăugând la cei clasici, factorul tehnico-economic și mediul, pe cei sociali, anume, cultura, identitatea națională și religia. Pentru o interpretare, în termenii actuali, a dezvoltării durabile, am făcut apel la literatura internațională care ne-a permis, astfel, încadrarea fenomenelor specifice societății noastre actuale în circuitul de idei contemporane. *Ce semnifică, dezvoltarea durabilă?* Sintagma „dezvoltarea durabilă” [Ismail Serageldin, 1994, p. 2] a fost adusă în uzul comun, de către Comisia Mondială privind mediul și dezvoltarea în 1987, și semnifică cerința ca „dezvoltarea să satisfacă nevoile generației prezente fără să compromită nevoile generațiilor viitoare”, ceea ce presupune ca imperativele dezvoltării să se îmbine organic cu imperativele privind conservarea mediului. Ideea a fost reluată în 1992 la Conferința Națiunilor Unite despre mediu și dezvoltare de la Rio de Janeiro, care a subliniat că, fără o mai bună supraveghere a mediului înconjurător, dezvoltarea va fi subminată, iar dacă dezvoltarea accelerată nu va avea loc și în țările sărace, politicile privind mediul înconjurător vor eșua.

Studiul nostru integrează în conceptul de dezvoltare durabilă și alți factori la fel de importanți pentru conservarea vieții și echilibrului ei social și anume, cultura – fenomen total, care ne cuprinde și ne definește univoc ca ființe individuale și membri ai grupurilor și comunităților, MARELE UITAT, în proiectele de dezvoltare, a cărui lipsă a dus la eșecul acestora; identitatea națională – trăsătură

\* Capitol realizat de: dr. Maria Cobianu-Băcanu, dr. Petruș Alexandrescu, Ozana Cucu-Oancea.

individuală, de grup și comunitară care ne unește, dar ne și diferențiază de ceilalți, a cărei forță de coagulare constituie un inestimabil aport la asigurarea dezvoltării durabile; religia – formă a conștiinței, comportament, set de credințe cu efecte pozitive în echilibrul social.

Noua paradigmă cultură/dezvoltare durabilă, urmată de celelalte două: identitate națională/dezvoltare durabilă și religie/dezvoltare durabilă schimbă radical datele problemei, răstoarnă vechile priorități și așează OMUL și PROBLEMELE SALE pe locul întâi pe podium, făcând din el agentul, dar și scopul final al dezvoltării durabile [Michael Cernea, 1984, p. 1–3].

Pe lângă factorii ce stimulează dezvoltarea durabilă, lucrarea analizează factorii de tensiune, cu rol frenator în dezvoltare, cu care ocazie formulează o strategie ofensivă de reducere a efectelor lor nocive. Încercând să redea cele mai fierbinți probleme ale perioadei de față, precum consecințele Legii statutului maghiarilor din afara granițelor Ungariei, anti-românismul și asimilarea – strategii maghiare sub paravanul democrației, slăbirea autorității statului în județele cu majoritate maghiară, Covasna și Harghita, lucrarea a realizat o amplă și profundă analiză a relațiilor româno-maghiare, atât la nivelul realității nemijlocite, cât și la nivelul discursului politic și mediatic al reprezentanților maghiari.

Procesul dezvoltării durabile are valențe crescute, în situația trăirii puternice a fenomenului cultural, identitar și religios de către oameni, cu personalități profesionale și culturale solid construite de la nivelul bazal. Cercetările de teren privind sărbătorile religioase și laice, specificul trăirii și manifestării lor, interferențele în conținutul și forma de expresie a lor, în țările din Sud-Estul Europei, ca și investigațiile cu elevi de școală generală și liceu din București și Județul Ilfov confirmă ipotezele de lucru, potrivit cărora atingerea obiectivului de dezvoltare durabilă presupune, în primul rând, conștientizarea factorilor care asigură dezvoltarea, inventarierea riguroasă a lor și, apoi, programe complexe de măsuri pentru soluționarea problemelor ce împietesc activitatea lor pozitivă.

### **1. Metodologie**

Ca metodologie, proiectul a utilizat atât metode cantitative, cât și, mai ales, calitative, antropologice cu accent pe observație, coparticipare, interviuri dirijate, interviuri în adâncime sau discuții focalizate în grup, în mod deosebit la studiul fenomenului interetnic. Pentru a pune în lumină tendințele în modelarea unei noi generații, care să poată cuprinde provocările lumii viitoare, s-a impus studiul statistic, fie și la scara exploratorie, pe care l-am realizat pe un eșantion de 622 de elevi din București și Județul Ilfov, studiu relevant pentru principalele trăsături ale personalității profesionale și culturale, ce se prefigurează la adolescenții și tinerii zilelor noastre.

Alături de fenomenul etnic și cultural, o contribuție importantă în modelarea pozitivă a tineretului o are religia. Investigațiile realizate pe această temă relevă mutațiile ce au loc în mentalul uman, în comportament și în practicarea religiei de către subiecții studiați. Luarea lor în considerare spre orientarea valorică, pro-

socială a tinerilor, mai ales a celor care sunt pasibili de a se lăsa dominați de alcool, drog, infracțiuni, devine un imperativ stringent al tuturor instanțelor de educație: familie, școală, biserică, mass-media, societate.

Lucrarea se constituie într-un repertoriu al „câștigurilor” dobândite în această tulburătoare perioadă de tranziție, dar și al „pierderilor” de ordin cultural, identitar-național și socio-uman, asupra cărora instituțiile centrale ale statului – Președinția, Parlamentul, Guvernul – trebuie să stăruie, prin elaborarea unor strategii coerente, complexe și cu participare interdisciplinară, în vederea susținerii și dezvoltării fenomenelor pozitive și reducerii sau limitării celor negative.

Problemele de ordin național-identitar, dar și religios, alături de cele de ordin educațional constituie probleme-cheie pe care societatea noastră și actuala guvernare nu le pot eluda sau trece pe un plan secund, dacă nu vor să piardă startul în cursa pentru integrare în structurile europene și mondiale. De aceea, punerea lor deschisă, onest-științifică, fără intruziuni politice, este prima datorie a cercetării științifice pe care lucrarea și-a propus s-o realizeze.

Factorii cultură – identitate națională – religie afectează în mod diferit și fiecare în felul său particular dezvoltarea durabilă a societății românești actuale. Cultura, după o evoluție sinuoasă în perioada celor 12 ani de tranziție, abia își regăsește drumul spre a deveni un mediu favorabil pentru o evoluție echilibrată. Identitatea națională este încă sub semnul întrebării, în zonele cu maghiari majoritari, în care asimilarea românilor ia forme fie așa-zis „europene”, când maghiarii cer secuizarea românilor – în numele realizării regiunii „Pământului Secuiesc”, fie vetust imperiale, când maghiarii acționează pentru unificarea națiunii maghiare dincolo de granițele naționale. Nici religia nu trăiește zile mai calme. Asaltată de o multitudine de secte, lumea religioasă oferă imaginea unui mozaic extrem de divers și de bogat. Procesul de tranziție, marcat de instabilitatea și destructurarea formelor de organizare individuală și grupală, dar și de garantarea deplinei libertăți religioase, a dus la apariția și răspândirea noilor mișcări religioase, care contestă nu numai autoritatea bisericii tradiționale, dar și a statului și a societății secularizate, ale căror norme și precepte nu corespund cu cele pretinse de ele.

## **2. Cultură – identitate națională și dezvoltare durabilă**

Cultura și identitatea națională constituie repere fundamentale ale dezvoltării organice, de întins orizont temporal. Mult neglijate în calculele și strategiile de dezvoltare pe termen mediu și lung de până acum, ele își afirmă necesitatea tocmai prin eșecul înregistrat în realizarea acestor strategii, care n-au dus nici pe departe la bunăstarea economică, socială și culturală mult așteptată de majoritatea populației românești.

Procesul general de dezvoltare, arată studiile pe plan mondial, nu mai poate fi conceput fără să se ia în considerație cultura și istoria, dezvoltarea culturală și valorile create de un popor, valori care și-au verificat de-a lungul timpului calitatea de instrumente de asigurare a supraviețuirii și afirmării acestuia. Existența și



continuitatea comunității umane care a creat aceste valori constituie testul suprem de validare a culturii, aceasta având, de obicei, evoluția și destinul comunității care a creat-o [*Culture and Development in Africa*, 1994, p. 2].

Cultura și dezvoltarea nu mai pot fi tratate ca dimensiuni separate, ci ca părți organice legate, dacă ținta dezvoltării este omul ca inițiator, agent și beneficiar al progresului pe multiple planuri.

În concepția noastră, întemeiată pe rezultatele cercetărilor efectuate în perioada de tranziție, eșecurile unui deceniu și mai bine de democrație și libertate își au sorginea în modul de concepere a dezvoltării țării, în filosofia limitată a politicianilor, conform căreia dezvoltarea se manifestă în primul rând și în mod dominant în indicatori economici. Or, lucrurile stau cu totul altfel. Întâi, trebuie să se pornească de la nevoile, aspirațiile și valorile oamenilor, de la mentalitățile și modul lor specific de afirmare și, cunoscându-le, să se construiască proiectele de dezvoltare. Luarea în considerare a potențialului uman existent și a celui necesar pentru realizarea proiectelor este a doua condiție necesară pentru a asigura reușita lor.

În acest fel, factorul cultural devine primordial ca esență și ordine temporală. Numai știind ce este în mintea și sufletul oamenilor, ce piramide de speranțe și așteptări își zidesc, ei pot fi atrași cu migală în procesele complexe și diferite ale dezvoltării ca agenți vii, cu aport în inițiative și decizii.

Dezvoltarea însăși trebuie concepută și interpretată ca un întreg complex, integrat, adică o dezvoltare socio-economică și cultural-valorică în strânsă interacțiune, ca un proces uman atotcuprinzător, în care educația în general, cea valorică în special, informația și procesul civilizatoriu sunt părți constitutive interdependente, cu rol de impact esențial în formarea fiecărei generații și a fiecărui individ.

În sistemul culturii ca factor al dezvoltării durabile, educația în sensul de transmisie de cunoștințe, tradiții, valori, modele de viață, de muncă, de gândire este, prin excelență, un proces cultural multiinstituțional, pentru că se realizează în toate instituțiile, începând cu familia, școala, continuând cu instituțiile profesionale, culturale, mass-media și încheind cu biserica, strada, societatea în general. Familia își îndeplinește funcția educativă într-un mod informal, în procesul nemijlocit al vieții de zi cu zi, în raporturile directe dintre părinți și copii, vârstnici și copii și covârșnici.

Ea este prima instanță socializatoare, cultural-integratoare, adică cea care oferă copilului modelele și normele de comportare în societate, având la bază valorile și patrimoniul culturii trăite și moștenite de familie și transmise, din generație în generație.

### **3. Locul culturii în formarea profesională și culturală a elevilor**

Studiul locului și rolului culturii în dezvoltarea durabilă a dobândit o semnificație concretă în lucrare, prin investigațiile de teren efectuate pentru descifrarea mecanismelor instructiv-educative care conduc la formarea personalităților culturale și profesionale ale elevilor. Cercetarea concretă, realizată pe un eșantion de 622 de elevi din 16 unități școlare din municipiul București și

județul Ilfov, în perioada 1–10 octombrie 2001, pe trei segmente ale populației școlare, clasa a VIII-a, a X-a și a XII-a pune în lumină, pe de o parte, factorii care influențează orientarea școlară și profesională a elevilor, iar pe de altă parte, scala de valori, normele și modelele culturale de organizare și petrecere a timpului liber, conceput ca spațiu al dezvoltării umane.

Orientarea școlară și profesională pune în ecuație cei trei factori fundamentali ai procesului de educație și instrucție prin școală: elevii, profesorii și părinții. Atelier de pregătire și formare profesională a viitorilor specialiști și lucrători în diferite domenii de activitate, școala este, în același timp, termenul mediu între familie și societate. Orientarea profesională adecvată este o problemă de deosebit interes nu numai pentru elev – pentru că prin ea își va asigura un mod de trai decent, o șansă de a-și exprima abilitățile profesionale, intelectuale, motrice, un mijloc de a se înscrie într-o ierarhie de prestigiu în societate – dar și pentru familie care se împlinește prin copii – fie continuând tradiția profesională, fie depășind frustrările părinților care n-au urmat o școală superioară și vor ca fiii lor să realizeze idealul neîmplinit al lor. Societatea, la rândul ei, este și ea interesată de orientarea profesională, corespunzătoare nevoilor de dezvoltare economică, socială, tehnică pentru că prin ea își creează capitalul social necesar pentru a răspunde acestor nevoi, ca și noilor provocări ale progresului tehnic contemporan.

Din cercetarea efectuată vom reda succint numai câteva rezultate semnificative pentru problema supusă studiului. Absolvenții claselor a VIII-a sunt decizi în proporție de – 87,6% să continue studiile postgimnaziale, îndreptându-se spre licee cu profil uman – 43,3%, licee cu profil real – 28,4% și licee economice – 15,9%. Absolvenții de liceu și elevii de clasa a X-a preferă să continue studiile postliceale la școala sanitară – 2,3% și colegiul sanitar – 1,15%, la școala economică – 1,4% și la colegiul economic – 0,7%.

În ceea ce privește orientarea profesională având ca țintă facultatea, absolvenții de liceu se concentrează pe facultățile de stat cu dominantele ASE – 22,5% și Politehnica – 21,2%. De remarcat este faptul că a scăzut interesul pentru drept și medicină, altă dată mult solicitate din paleta de profesii pe care le oferă societatea, tinerii se îndreaptă tot mai mult către profesii moderne, reclamate în mod crescând de revoluția în informatică și tehnologia comunicațiilor. Astfel, profesia de informatician este dorită de 16,9% urmată de cea de contabil, economist sau broker – 10,3%, avocat – 7,1%, medic – 6,6%, manager, om de afaceri – 6,4%, inginer – 4,3%.

Dintre elevi, 64,8% sunt conștienți că școlarizarea lor depinde în cea mai mare măsură de propria lor voință și hotărâre, 14,6% de frecventarea unei școli bune și 7% de noroc sau întâmplare, am spune noi.

Studiul motivațiilor care i-au determinat să opteze pentru profesie relevă următoarea paletă: **1.** pasiunea pentru profesie – 48,4%; **2.** obținerea anumitor avantaje materiale – 29,1%; **3.** constatarea că are aptitudini pentru această profesie – 9,6%; **4.** comoditatea profesiei respective; **5.** continuarea tradiției din familie. La

elevii investigați, calitățile unui bun profesionist sunt următoarele: **1.** responsabil – 61,6%; **2.** cinstit – 52,3%; **3.** perseverent, conștiincios – 50,3%; **4.** competent – 45,7%; **5.** harnic, silitor – 44,7%; **6.** prietenos – 36,7%. La întrebarea „dacă în viață orice lucru trebuie bine făcut și cu responsabilitate” 2/3 dintre cei intervievați au răspuns „da” (68,8%), iar 31,2% „nu, neapărat necesar”. Acest al doilea segment de populație, o dată ajuns la maturitate, probabil, va constitui pepiniera de recoltare a superficialilor și iresponsabililor.

În orientarea profesională, familia are o pondere de – 51,5%, școala – 34,2%, prietenii – 12,4%, televiziunea – 5,5% și altcineva – 18,5%.

Deci, familia și școala au rolul hotărâtor în orientarea destinului profesional.

Întrebați dacă le place sau nu școala, cei ce-o iubesc mai mult sunt: elevii de la clasele de matematică-informatică – 52,5, fizică, chimie, biologie – 44,4%, școala generală – 38,4%, electronică – 37,8%, informatică – 30,5%. Dintre materiile preferate, cel mai mare procent l-a obținut sportul la aproape toate profilele de clasă, urmat de informatică și matematică la profilele de informatică, matematică-informatică și electronică. Limbile străine, încep, de asemenea, să preocupe elevii și anume: pe cei de la fizică, chimie, biologie – 36,7%, matematică-informatică – 23%, școala generală – 12,5%, informatică – 11,7%.

Procentele de mai sus sunt relevante pentru conservarea tradiției în învățământul preuniversitar, care are loc cu precădere la disciplinele de avangardă informatică și matematică, pe de o parte, și pentru tendința tinerilor care, recunoscând valoarea instructiv-educativă a școlii și importanța însușirii disciplinelor „la modă”, se adaptează din mers provocărilor din zilele noastre.

Ca perspectivă de viitor, cercetarea concretă evidențiază că cea mai mare parte a elevilor de liceu doresc să urmeze o facultate: 97,7% în cazul claselor de informatică, 93,4% al celor de matematică-informatică, 83,3% de fizică, chimie, biologie, 71,1% de profil electronic.

Corelația dintre profesia mamei și forma de învățământ dorită să fie urmată după absolvirea liceului este edificatoare pentru autoreproducerea formei de învățământ superior la elevii cu mame intelectuale care au cel mai mare procent: de 59,2%. Opțiune pentru facultate au, în continuare: elevii cu mame tehniciene – 48,4%; în serviciul de apărare și ordine – 36,4%, fiii casnicilor – 34,8% și ai pensionarilor – 26,7%, ultimii, desigur, dorind să depășească statutul inferior al mamelor lor. Profesia tatălui are o influență sensibilă în orientarea elevilor spre anumite materii de învățământ, și anume matematică și informatică. Fiii cu tați funcționari preferă matematica 25% și informatica – 20%, fiii de intelectuali matematica – 19% și informatica – 14,3%, iar fiii celor din serviciul apărare și ordine matematica – 17% și informatica – 17%.

În ceea ce privește atracția specială pentru disciplina informatică, aici, predomină rezultatele bune și foarte bune indiferent de profesia părinților, ceea ce confirmă încă o dată propensiunea tineretului studios de a se orienta spre disciplinele de avangardă, precum informatica, strâns legată de disciplinele realiste în frunte cu matematica.

Ca o concluzie generală a studiului, din analizele primare ale investigațiilor de teren, rezultă că **școala de azi, nu mai constituie un interes major pentru marea masă de elevi. Paleta valorică se subțiază și duce la o profundă polarizare, în care la un pol se înscrie o majoritate de elevi slab pregătiți, dintre care unii nu-și însușesc nici cunoștințele de bază la disciplinele fundamentale, de o cultură generală nemaivorbindu-se, iar la celalalt pol o parte mai restrânsă, formată din copii foarte buni, de excepție sau chiar olimpici naționali și internaționali, adevărați reprezentanți ai învățământului românesc, cota valorică a acestuia. Reforma învățământului preuniversitar, menită să-l modernizeze, a produs efecte contrare, generând un mare haos în rândul elevilor și multe nemulțumiri în rândul profesorilor. Fenomenul pozitiv este deschiderea copiilor de la cele mai mici vârste către informatică și, mai ales, către utilizarea calculatorului și în alte scopuri decât cele distractive, pentru învățare și informare generală.**

Asocierea atracției pentru calculator cu preferința pentru limbi străine, în special pentru engleză, creează speranța pentru o mai rapidă racordare a noastră la lume, la Europa, cu efecte benefice pentru dezvoltarea și înscrierea poporului nostru alături de popoarele civilizate ale Europei și ale lumii.

Pentru dezvoltarea personalității culturale a elevilor, a acelor trăsături umane ce se modelează din familie, școală și mediul social în care ei se dezvoltă, am recurs la analiza timpului liber ca spațiu al dezvoltării umane sau, trist, dar adevărat, spațiu al degradării și pierderii omenescului din om când acest timp liber este nociv trăit.

Cum obișnuiesc tinerii școlari sau liceeni să-și petreacă timpul liber, ce tip de lectură preferă, ce gen de emisiune urmăresc, ce persoane constituie în principal anturajul lor sunt doar câteva întrebări ale căror răspunsuri ne vor oferi o imagine de ansamblu asupra preocupărilor lor culturale. Ne-a interesat, de asemenea, locul pe care-l ocupă în viața adolescenților valorile etico-religioase, credința religioasă și sărbătorile ca întruchipări ale sacralului. Intenționând ca studiul nostru să constituie o bază de informații utile pentru organisme abilitate, am încercat să descifrăm în modul de trăire a timpului liber al elevilor și aspectele comportamentului mai mult sau mai puțin deviant, cum ar fi practicarea jocurilor de noroc, fumatul, consumul băuturilor alcoolice sau chiar al drogurilor.

Succint exprimat, în timpul liber, tinerilor le place cel mai mult să se distreze, adică petrecerile și întâlnirile cu prietenii, urmate de practicarea sporturilor. De altfel, sportul a apărut cu ponderea cea mai mare chiar între disciplinele preferate. Apoi, la mică distanță de sport, în topul preferințelor se află plimbările și excursiile, drumețiile la munte sau în afara Bucureștiului. Dintre activitățile cele mai practicate în timpul liber ei optează, întâi pentru utilizarea computerului (20,7%); și audierea muzicii (19,8%) urmate de lectură (13,4%); și vizionarea unor programe la televizor (10,2%).

Distribuția pe sexe a activităților preferate de elevi, relevă, că, în principal, băieții sunt atrași mai mult de sport și computer, pe când fetele de plimbări,

petreceri, audieri muzicale, televiziune. Utilizarea computerului ca activitate recreativă întrunește scorurile cele mai ridicate la vârstele cele mai mici, la cei de 15–16 ani și mai scăzute la cei de 17–18 ani. Lectura sau „iscusita zăbavă cu cetitul cărților”, cum spunea cronicarul Miron Costin, nu-i prea atrage pe elevii noștri dacă numai 13,4% dintre cei chestionați au menționat-o printre activitățile de timp liber. Dintre acestea, tipurile de lectură preferate sunt: **1.** proza-română, unele schițe, **2.** revistele pentru tineret, **3.** literatura umoristică și **4.** literatura polițistă și științifico-fantastică. Cu pondere foarte mică apar cărțile religioase, literatura filosofică, revistele culturale, literatura socio-politică, artă și critică artistică. Băieții preferă literatura polițistă și științifico-fantastică, literatura sportivă, ziarele informative, cărțile istorice și de știință și tehnică, pe când fetele dau întâietate la proză, reviste pentru tineret, poezie.

Deși doar 10,2% dintre subiecți au preferat vizionarea programelor TV ca activități de timp liber, totuși, la o întrebare cu răspunsuri prestabilite din care au fost puși să aleagă, starea de lucruri se schimbă, prin îmbogățirea imaginii privind vizionarea programelor TV. Din analiza datelor rezultă că filmele artistice și serialele sunt programele cele mai urmărite, urmate de emisiunile de divertisment (umor și muzică) și de cele pentru tineret. Emisiunile cu audiența cea mai scăzută sunt cele care dețin cel mai important rol în educația socio-culturală a tinerilor, precum emisiunile de cultură și artă, de limbi străine, teatru, emisiunile pe teme economice, social-politice, religioase.

Interesul minim pentru activitățile cu înalt nivel cultural, cât și pentru cele civice și sociale, relevă slaba lor pregătire pentru viață, pentru participarea cu valențe competitive din perspectiva culturii și informării de larg orizont, pe care o realizează școala și familia. Este adevărat că avem un eșantion de adolescenți, de tineri în devenire, dar pentru soluționarea marilor probleme ale culturii și ale vieții, bazele se pun de la această vârstă fragedă. Or, dacă preocupările înalt culturale și preferința sau plăcerea pentru școală sunt scăzute, lectura se situează la un nivel sub așteptări, iar timpul liber este lipsit de valențe intelectuale, valorice și educative, atunci nu mai surprinde limbajul lor stradal sub-intelectual, comportamentul indecent, preponderent agresiv, nepolitic și orientat spre lucruri facile și ne semnificative social. Studiul valorilor religioase și al modului de trăire a sărbătorilor confirmă datele de mai sus, arătând că, pe măsură ce crește vârsta, credința în Dumnezeu scade, că sărbătorile sunt trăite (mai ales cele religioase) mai puțin sub semnul credinței, ci mai mult ca ocazii de distracție, mâncare și băutură, de relaxare și întâlnire între prieteni sau în familie.

Puțini, foarte puțini (3,2%) au dovedit o profunzime deosebită conferindu-i sărbătorii atributul de prilej de comuniune în familie, de apropiere de Dumnezeu și de fericire sufletească.

Aspectele nocive ale utilizării timpului liber, precum fumatul, consumul de alcool, inclusiv de droguri, deși dețin ponderi neînsemnate, nu putem să le ignorăm. Afirmațiile unora că fumează și consumă alcool chiar cu știința părinților

sau că unii colegi ai lor sau alții, dincolo de cercul lor imediat, consumă droguri, sunt semnificative pentru un „debut” virtual sau o înclinație spre comportamentul deviant, pe care atât părinții, cât și școala trebuie să-l supravegheze cu deosebită atenție, pentru a evita transformarea înclinației în comportament efectiv deviant.

#### **4. Identitate națională – dezvoltare durabilă**

Al doilea factor al dezvoltării durabile analizat în lucrare este identitatea națională ca realitate socio-culturală, sinteză a unor trăsături, cristalizate în procesul istoric, al unui grup etnic, realitate strâns legată de națiune și sentimentul național. Identitatea națională este un proces deschis, expresia unui mod de viață bazat pe valori, norme și modele culturale specifice unui popor. Ea se construiește și reconstruiește cu fiecare epocă istorică și generație, dar prin setul de valori, norme și modele culturale relativ constante de-a lungul istoriei, ea are și o permanență care o face ușor de recunoscut [Ioan Lăcătușu, 1995, p. 55–65].

Identității naționale i-am conferit statutul de factor al dezvoltării durabile, pentru că ea deține intrinsec atributul de unificare a oamenilor, de liant social cultural, în mobilizarea lor la dezvoltarea pe termen lung, pentru actualele și viitoarele generații [*Culture Counts*, 2000, p. XIII]. Păstrarea și dezvoltarea identității naționale trebuie considerată nu numai o datorie față de strămoși, care au contribuit la construirea ei, dar și față de urmași, care în numele ei trebuie să continue îmbogățirea și perfecționarea ei cu noi attribute, specifice vremurilor care vor veni. Identitatea națională rămâne unul dintre cele mai importante puncte de sprijin în construcția solidă a unor structuri europene și globale. În sublinierea acestei teze, pornim de la convingerea constituită pe baza sintezei experiențelor lumii contemporane, mai ales din ultimul deceniu, că națiunile rămân încă, pentru multă vreme, subiectele autentice ale istoriei, principiile și modelele fundamentale de organizare a popoarelor, că mișcarea de eliberare națională continuă încă și în mileniul trei sub cele mai diferite forme, inclusiv violența. Ne bizuim, de asemenea, pe speranța că integrarea europeană se va realiza prin păstrarea și dezvoltarea identității naționale a popoarelor, va urmări edificarea unei Europe a patriilor, a națiunilor (opțiune gaullistă) și nu una amorfă cu grupuri și indivizi fără identitate, personalitate, cultură și istorie care să-i diferențieze. Unitatea în diversitate este emblema ei teoretică, ceea ce ne-a motivat să apreciem identitatea națională ca pilon al dezvoltării durabile.

Dar în epoca contemporană, tensiunea unificării este la fel de puternică și amplu susținută ca și cea a divizării. Tendința de integrare europeană simultană cu cea de integrare regională și mondială este dublată de acuta criză de identitate ce cuprinde indivizii, grupurile, comunitatea și societățile. Cu cât este mai puternic valul globalizării, al uniformizării sub norme și valori comune, cu atât se înalță și valul diversificării, al nevoii de conservare a identității naționale și a specificului etnic, cu bogăția sa de manifestări ce dau strălucire speciei umane.

Componenta națională se dovedește a fi de o forță și amplitudine atât de mare, încât adeseori depășește capacitatea managerială a liderilor europeni și

mondiali, astfel că tensiunile și conflictele determinate de ea se soluționează prin războaie și grave pierderi umane, prin refugiați cu boccelele în spate, oameni înfometați, imagini terifiante, greu de acceptat pentru mintea umană, față de imensele progrese obținute de ea în știință și tehnică la sfârșitul mileniului doi și începutul mileniului trei.

Înseși aceste nefaste consecințe negative relevă importanța capitală a identității naționale, a respectării și afirmării ei depline, pentru realizarea unei dezvoltări durabile. Banca Mondială, înțelegând importanța bazei culturale pentru dezvoltarea națională, a organizat o Conferință internațională pe problema rolului culturii și investițiilor culturale în dezvoltarea sustenabilă și conservarea identității naționale și culturale [*Culture în Sustainable Development*, 1999, p. IX, 5–6, 17–27].

Identitatea etnică și națională, deși realități profunde, cu adânci rădăcini în istorie, în structurile intelectuale și afective de personalitate, nu sunt, totuși, invulnerabile în fața proceselor de anvergură, precum: tendințele de asimilare din partea unor etnii cu reminiscențe dominatoare, urmașe ale vechilor imperii, multiplicarea contactelor cu o lume din ce în ce mai diversă, europenizarea și globalizarea. Bătălia pentru identitate este și va rămâne o preocupare permanentă și în viitor, dacă vrem să rămânem în istorie și pe harta lumii.

Lucrarea noastră relevă, cu lux de amănunte, efortul susținut pe care românii din Covasna și Harghita, ca și cei din alte localități cu majoritate etnică maghiară, trebuie să-l facă pentru păstrarea ființei lor naționale, împotriva încercărilor și acțiunilor tenace și atotcuprinzătoare economic, politic, administrativ și cultural ale maghiarilor, de a-i asimila și supune regulilor jocului lor, prin: obligarea însușirii limbii maghiare, nesocotirea nevoii de a învăța în limba română, sfidarea simbolurilor și însemnelor naționale etc.

Capitolul privind factorii de tensiune din societatea românească, ce se referă la antiromânism și asimilare – strategii maghiare sub paravanul democrației, și la slăbirea autorității statului în Covasna și Harghita, oferă o imagine complexă și concretă a actualei stări de lucruri în relațiile interetnice dintre români și maghiari care reclamă o strategie pe măsură, pentru a face din identitatea națională a ambelor grupuri etnice factori reali, eficienți, de dezvoltare durabilă a societății românești contemporane.

În continuare, vom analiza religia ca factor al dezvoltării durabile a societății, în special noile mișcări religioase, care antrenează o întreagă paletă de valori și non-valori la care aderă membrii acestor mișcări.

## II. NOILE MIȘCĂRI RELIGIOASE ÎN SOCIETATEA ROMÂNEASCĂ\*

Dincolo de semnificațiile variat înțelese și definite ale conceptelor de „valoare”, „cultură” ș.a., societățile au repere spirituale mai mult sau mai puțin omogene – pe care le respectă, făurindu-și propria personalitate. Uneori, în perioadele de tranziție, valorile sunt mai eterogene, interferează cu cele care provin

\* Capitol realizat de: dr. Constantin Cuciuc, dr. Manuela Gheorghe.

din trecut, cu altele, care vor să promoveze o altă perspectivă socială și criterii evaluative mai actuale. Cele „noi” au dezavantajul că nu sunt cunoscute, trezesc suspiciune, o prudență uneori exagerată, din partea obișnuințelor și tradiției. În spiritul tradiționalismului românesc, prima reacție față de „străini” este cea de refuz. Sociologii români sunt încă puțin preocupați de studierea statutului de „străin” sau nou venit. Alți sociologi, mai ales din America – teritoriul pe care câteva secole au emigrat mereu „străini” –, remarcă nu numai dificultățile de integrare, ci și avantajele pe care le poate avea o comunitate în care vine cineva cu noi idei, principii, cunoștințe. Zonele mai puțin tradiționaliste sunt mai tolerante în legătură cu indivizii, grupurile etnice, confesionale etc. Încă din perioada Reformei protestante „noțiunea de toleranță desemna această recunoaștere imperativă a diversității în interiorul aceluiași stat și încerca să pună bazele unui *modus vivendi* acceptabil”<sup>1</sup>. În România populația păstrează prioritar valorile tradiționale, inclusiv ale religiei majoritare (ortodoxă), existentă aici de multe veacuri, care a avut un rol important în formarea poporului român și a statului național. Valorile tradiției religioase românești au fost recunoscute și de credincioșii altor religii, așezați în decursul timpului pe teritoriul țării. Nicolae Iorga consemna: „Nici un popor nu era mai pregătit pentru eresurile de la apus și cele de la răsărit decât Românii, rezeși la înțelegere, aplecați spre orice prefacere pentru multa suferință ce o îndurau”<sup>2</sup>. Noii veniți, în decursul veacurilor, s-au adaptat specificului religios din țara noastră, au găsit un *modus vivendi* cu valorile tradiției autohtone. Dificultăți s-au ivit în legătură cu „sectele” care au devenit o problemă socială mai ales după primul război mondial. Ele veneau cu valori diferite de ale populației locale. În țările unde își aveau originea se constituiseră pe suportul modului de viață capitalist, bazat pe concurență, piață liberă, stări conflictuale, alte concepții în legătură cu autoritatea și sistemul politic. Aceste valori nu erau adecvate mai ales vieții patriarhale, sătești din țara noastră. Au fost contestate de tradiție și biserica majoritară. Această ostilitate s-a diminuat treptat. Se observă o asimilare de valori. Acum, spre exemplu, unele „noi religii” au vechime, încep să capete aspecte tradiționale, autohtone. Nu mai întâmpină refuzul manifestat inițial. Spre exemplu, populația și chiar biserica majoritară recunosc valorile bisericilor catolice, protestante, ale altor culte. Chiar unele culte neoprotestante sunt apreciate pentru efortul de integrare socială, activitatea umanitar-caritativă, moralitatea sporită a credincioșilor, promovarea drepturilor omului și a libertății religioase.

Ivirea Noilor Mișcări Religioase (NMR) în peisajul religios din România se realizează, după 1989, în condițiile instituirii spiritului democratic, ale libertăților cetățenești, care se afirmă și în fostele state comuniste. Aceasta reprezintă și dreptul fiecăruia de a se identifica religios, de a se grupa sau nu în comunități, culte, confesiuni. Și în scrierile sacre (*Biblia*, *Coranul*) este exprimat acest drept:

<sup>1</sup> Prof. Michel Faucher, *Paradoxul toleranței la sfârșitul secolului XX*, în „Seminarul Internațional asupra Toleranței”, București, 23–26 mai, 1995, p. 66.

<sup>2</sup> Nicolae Iorga, *Istoria literaturii românești*, vol. I, București, 1925, p. 104.



nimeni nu poate fi constrâns să adere la o credință împotriva voinței sale. Obligarea cuiva (indiferent de mijloacele prin care se realizează), de aderare la o altă credință decât cea hotărâtă prin libera voință, reprezintă un act de prozelitism și acesta este sancționat, chiar juridic, în majoritatea țărilor moderne.

Noile Mișcări Religioase ajung în spațiul religios din România cu alte valori (idei, practici, principii), diferite de cele tradiționale, cu care poporul român s-a obișnuit, în spiritul cărora este educat și pe care încearcă să le păstreze. Timpul va selecta și în domeniul religios valorile autentice, care vor rezista și se vor permanentiza. Acum, NMR au puțini adepți, aceștia fiind instabili, o parte sunt atrași din curiozitate, de spiritul occidental modern, dorința de schimbare, efortul de integrare în structurile mondiale, poate chiar de bani. Sfârșitul secolului al XX-lea – aprecia Danièle Hervien Léger – este prima generație postradițională, când se recompune tradiția în spiritul modernității. Problema principală, remarca autoarea, este destrămarea instituțiilor religioase tradițional-istorice, care vor trebui să aibă funcții și credibilitate modernă.

Multe dintre aceste NMR sunt formațiuni religioase, afirmate după al doilea război mondial. Există, însă, tendința de a extinde această sintagmă și pentru religii care sunt destul de vechi (mormonii, din 1830, martorii lui Iehova, din 1870, nazarinenii, din 1840). Unele au reprezentanți pe teritoriul românesc de peste un secol (un fierar din statul Austro-Ungar, în care era inclusă și Transilvania, se pare chiar că a denumit mișcarea religioasă nazarineană care se forma în Elveția; primul martor al lui Iehova, o femeie întoarsă în Ungaria din America e menționată în 1908; doi mormoni au debarcat în portul Constanța la sfârșitul secolului al XIX-lea, iar mișcarea baha'i este cunoscută la noi din 1928, în 1934 fiind tradusă în românește una dintre cărțile lor fundamentale).

Până acum, era frecvent folosit în România, după introducerea alfabetului latin și, mai ales, între cele două războaie mondiale, pentru asemenea formațiuni termenul de „sectă”, unele acceptate oficial, în baza legii din 1928, ca „asociații” religioase. Cele mai multe erau însă interzise „cu desăvârșire”. Cuvintele și noțiunile: „sectă”, „schismă”, „disidență” au căpătat, de-a lungul timpului un caracter peiorativ. Mai ales teologiile tradiționale îl foloseau, cu sensul etimologic: pentru acei credincioși care s-au desprins și separat de o biserică majoritară. Această desprindere de mulțimea tradiționalistă nu era apreciată ca un factor de progres, ca o alternativă, ci ca o neascultare, o „rebeliune”. Clericii disidenți au fost caterisiți. Când a căpătat proporții sociale a fost reprimată. În acest sens peiorativ, cel de altă religie, denumit „sectant”, se consideră insultat, discriminat, refuză dialogul. Sociologii folosesc prudent acest cuvânt. Științific rămâne o caracteristică secundară faptul că secta s-a desprins din altă religie. Important pentru sociolog este că „sectanții” formează o comunitate socială, cu drepturi și obligații similare cu ale celorlalți. Chiar biblic și creștinii erau denumiți, la început, „o mică sectă iudaică”, devenind, treptat, o mare religie, cu numeroase variante spirituale și organizatorice. Acum, termeni ca „schismă”, „sectă”, nici nu mai au o acoperire

etimologică în cazul multor NMR. Unele sunt sincretice și este greu de identificat ce au preluat din religiile anterioare. Altele sunt religii originale, chiar dacă au un număr mic de adepți. În spiritul drepturilor omului, toate formațiunile religioase au în societate același statut, cu libertăți și obligații, indiferent de numărul membrilor. Spre exemplu, este frecvent folosit cuvântul sectă în legătură cu Biserica Unificării a reverendului Moon. Este adevărat că reverendul a aparținut inițial uneia dintre numeroasele variante de penticostalism, răspândite în întreaga lume. Dar, cunoscând *Biblia*, s-a îndepărtat radical de aspectul sectar și a expus o nouă modalitate a planului mântuirii, nu aceea prin botez, ci prin formarea unei familii „adevărate”, divină. În acest sens nu mai interesează în mod deosebit problemele „tainelor” din religiile tradiționale (botezul – indiferent dacă este practicat la naștere sau ulterior), rămâne esențială puritatea familiei, în numele căreia contestă inclusiv îndeplinirea misiunii mântuitoare a lui Isus Hristos. Biserica Unificării încearcă să-i unească pe toți credincioșii, de pretutindeni, în familii „curate”, așa cum au fost Adam și Eva, înainte de păcat. Pe acest suport ideologic este construit un program social. Inițial, acesta consta în unirea tuturor confesiunilor, în primul rând a celor creștine, în scopul luptei împotriva comunismului. Copilăria și tinerețea lui Moon au fost marcate de teroarea comunistă, de războiul dintre Coreea de Sud și de Nord. Contestat frecvent, a rămas un lider al anticomunismului și al pacifismului. În acest sens, dimensiunea religioasă a noii religii, promovată de Moon, este o componentă spirituală a unor activități sociale (și probabil politice) mult mai largi, desfășurate prin asociații și fundații numeroase și variate, existente în numeroase țări: WANGO (organizație internațională care reunește ONG-urile din întreaga lume în scopul promovării păcii și bunăstării), Asociația Familiilor pentru Pacea Lumii și pentru Unificare (WFWP), asociații pentru tineret, pentru promovarea științei, artelor ș.a.”<sup>3</sup>.

În Europa și în alte părți, asemenea formațiuni religioase au milioane de adepți. În perspectiva europenizării și globalizării vor deveni mari grupuri de aparținători, reprezentând criterii de referință socială. Folosirea termenului de „sectă” pentru martorii lui Iehova, Biserica lui Isus Hristos, a Sfinților din Ultimele Zile (mormonii), metodiștii sau alte comunități neoprotestante din România, devine tot mai inconsistentă științific. Françoise Champion și Louis Hourmont, confirmă că noțiunea de NMR nu poate înlocui tipologia Weber-Troeltsch, care împărțea formațiunile religioase în biserici și secte. Dar NMR este o etichetă comodă „pentru a desemna un ansamblu de mișcări funciar eterogene”<sup>4</sup>. Pentru acestea au fost promovate sintagme variate: asociații religioase, religii violente, religii de contrabandă ș.a. Nici una însă nu caracterizează diversitatea noilor comunități

<sup>3</sup> *Proiectul pentru pace* al Asociației Familiilor pentru Pacea Lumii și Unificare, octombrie, 2001, anul 1, nr. 1.

<sup>4</sup> Françoise Champion, Louis Hourmont, *Nouveaux mouvements religieux et sectes*, în Françoise Champion, Martine Cohen (sous la direction de...), *Sectes et démocratie*, Paris, Editions du Seuil, 1999, p. 74.

religioase. Denumirea de „noi” este o convenție. Termenul de „noutate” este relativ. Începând din ce an sunt „noi” și când se sfârșește „noutatea”? Unele sunt răspândite internațional încă din secolul al XIX-lea. În România avem misionari și adepți activi între cele două războaie mondiale. Cele mai multe au apărut ca un „recol” al insatisfacțiilor sociale de după al doilea război mondial. Ar fi discutabil chiar faptul că multe dintre ele nu mai sunt „mișcări” în curs de formare. Ele s-au răspândit, s-au organizat ca formațiuni religioase independente, cu biserici și temple, structuri organizatorice bine consolidate. Doar în România sunt „noi”, pentru că nu au putut pătrunde în perioada comunistă, iar cele existente de aproape o sută de ani au activat fără a fi recunoscute legal.

După 1990 s-au înregistrat și desfășoară o activitate religioasă legală – ca asociații – aproape toate formațiunile religioase care fuseseră până atunci clandestine și suportaseră regimul restricțiilor politice specifice totalitarismului. Unele dintre acestea, se consideră discriminate prin statutul atribuit legal, de „asociații religioase”, și solicită – inclusiv pe cale juridică – statutul de „cult”. Acest statut are, în multe țări, un conținut similar cu cel de „sectă”<sup>5</sup>. În România, și în alte zone, cuvântul „cult” are cel puțin două semnificații, la fel de actuale, dar care au consecințe diferite. Prin „cult”, inclusiv în catehismele bisericilor cu un număr mare de credincioși, se înțelege exteriorizarea credinței, aspectul practic al unor religii, indiferent de forma pe care o îmbracă. În continuarea acestui conținut, termenul este folosit și pentru „cultul” unor personalități, cultul morților ș.a. Cu acest sens poate fi utilizat chiar pentru cultele cu puțini credincioși, unele nerecunoscute legal, dar care au practici proprii (specifice), prin care își manifestă relația cu transcendentul.

În țara noastră însă (și în altele din această zonă europeană, mai ales unde sunt culte care nu sunt creștine, nu au biserici – adunările și lăcașele lor numindu-se temple, sinagogi, moschei), termenul de „cult” a fost extins și, în legătură cu acestea, adăugându-i-se și o semnificație juridică. Astfel, la începutul secolului XX, o lucrare de referință se intitula *Biserica Ortodoxă și Cultele Streine din Regatul Român* (editura Carol Göbl, 1904). Prin tradiție și prin lege era recunoscută calitatea de „cult” numai pentru un număr limitat de formațiuni religioase, celelalte fiind considerate legal sau popular „secte”. În baza legii 177 din 1948 au primit acest statut 14 culte. Folosirea termenilor de „cult”, „sectă” sau „asociație religioasă” ar interesa mai puțin pe adepți, dacă, în spatele acestor termeni, nu ar exista anumite drepturi și îndatoriri, anumite privilegii. Și acum calitatea de cult presupune o recunoaștere din partea legislativului. Această recunoaștere atrage scutiri de impozite, taxe, înlesniri în diverse domenii, acordarea de gratuități, inclusiv salarizarea parțială sau integrală, de la buget a personalului deservent, a profesorilor care pregătesc acest personal, înlesnirea circulației

<sup>5</sup> Françoise Champion, Louis Hourmont, *op. cit.*, p. 67: „Se remarcă în engleză că termenul de «cult», corespunde termenului francez «sectă», înțeles în sensul său curent, depreciativ”.

misionarilor, acordarea de terenuri pentru construcția lăcașelor de rugăciune, chiar prestigiul social care poate fi folosit în activitatea religioasă și umanitar-caritativă. Sectele nu au aceste înlesniri. Unele drepturi le sunt recunoscute formațiunilor religioase, înregistrate legal ca asociații „nonprofit”, statut similar cu al asociațiilor „culturale”. Autoritățile și celelalte culte ezită să extindă calitatea de cult și pentru alte formațiuni, având în vedere statutul lor social confuz încă, organizarea instabilă, numărul modest al adeptilor, tendințele de dezintegrare comunitară și un misionarism excesiv care poate evolua spre prozelitism. Uneori, ele încalcă nu numai obișnuințele și tradițiile, ci și legile în vigoare (referitoare la sănătate, legislația muncii, reglementările financiare, obligativitatea serviciului militar, inclusiv regimul taxelor, serviciilor, terenurilor atribuite gratuit pe baza statutului de „cult”). Recunoașterea lor ca un cult legal ar însemna oficializarea acestor practici și ar institui o atmosferă de tensiune în relațiile cu alte biserici și autoritățile de stat. Câteva dintre ele îi consideră pe conducătorii politici, militari și din sectorul economic, reprezentanți ai lui Satan și propun să fie eliminați și înlocuiți cu adepții lor, care ar fi delegați ai divinității.

Teologii religiilor tradiționale sunt îngrijorați de prezența insistentă a noilor mișcări în spațiul lor social. În diferite zone și localități, populația ortodoxă i-a alungat – chiar împotriva intențiilor pacifiste ale autorităților – pe misionarii insistenți, aducători ai altor credințe și idei religioase. NMR sunt considerate, în unele scrieri, o „invazie a sectelor”. Din perspectivă teologică ar trebui să existe pe un teritoriu o singură credință, o singură etnie, un singur popor. Ceilalți „sunt străini” și „să rămână” fiecare în țara de origine.

În alte țări numărul acestor NMR este mare (Franța, Canada, Africa de Sud ș.a.). Spre exemplu, Adunarea Națională din Franța a difuzat o listă nominală de 173 de „grupuri considerate periculoase”<sup>6</sup>. În România, numărul acestora este modest. Au fost înregistrate legal ca „asociații” aproximativ 30 de formații (statutul unora fiind confuz și abandonat) și alte 30–40 de grupuri care desfășoară practici de cult, dar n-au solicitat și nu s-au înscris ca formațiuni legale (din motive variate).

După entuziasmul care a ținut până prin 1994–1995, a început o perioadă de intrare în „normalitate”. Asociațiile religioase devin „nerentabile”, scade numărul înregistrărilor legale și multe dintre cele avizate de tribunale se sting și activitatea NMR intră în declin. Declinul este explicabil și în țara noastră printr-un viciu strategic de implementare. Când au venit, ele nu cunoșteau situația reală a vieții religioase din România comunistă. NMR au venit cu buna intenție de a ne „recreștina”. Misionarii desfășurau o intensă activitate de evanghelizare. S-au confruntat, însă, cu religia tradițională statornică și, treptat, interesul populației a scăzut.

Prima perioadă de implementare a NMR (1989–1994) a fost simultană cu entuziasmul religios al întregii populații, din toate cultele. A fost înregistrat un număr mare de asemenea formațiuni, de obicei fără acordul autorităților

<sup>6</sup> *Les sectes en France. Rapport fait au nom de la Commission d'enquête sur les sectes*, în „Documents d'information de l'Assemblée Nationale”, nr. 2468, Paris, 1996.

competente. În 1991 Secretariatul de Stat pentru Culte a difuzat tuturor tribunalelor, prin intermediul Ministerului de Justiție, solicitarea ca noile formațiuni religioase să fie înregistrate legal și pe baza consimțământului autorităților de resort. Această recomandare nu a fost respectată întotdeauna. În continuare au fost recunoscute legal asociații religioase care nu aveau acordul solicitat de lege. Dar, principalul motiv pentru care proliferarea NMR a scăzut treptat este faptul că perioada inițială de dezorientare spirituală s-a normalizat, entuziasmul populației – și în condițiile precarității economice – a scăzut, iar bisericele „mamă”, din străinătate, care susțineau misionarismul din România, au înțeles eficiența scăzută a acestor investiții.

În etapa următoare a activității desfășurate de NMR ponderea s-a deplasat de la aspectul spiritual și ideologic spre cel pragmatic, material. Unele NMR au înțeles că investiția spirituală se proiectează pe un termen lung și au intrat într-o fază de activism religios moderat (de conservare pe durată mai lungă). Altele insistă pentru promovarea statutului de „cult” și a consecințelor acestui statut. Unele își deplasează interesul spre aspecte economico-sociale, în așteptarea clarificării situației de „tranziție” din România.

În această perioadă și legislativul a fost într-o stare de „așteptare”, a clarificării relațiilor interconfesionale și a pluralismului religios, în acord cu reglementările internaționale ale drepturilor omului. Această „așteptare” a oferit o situație de „piață liberă”, unde religiile vechi și cele noi să-și poată susține valorile. Nu pot fi încă trase concluzii, dar se conturează câteva direcții posibile de evoluție. Marile religii tradiționale își vor menține statutul consolidat de zeci de ani. Fostele secte își vor spori, treptat, până la „limita critică” numărul credincioșilor, vor obține unele drepturi suplimentare, care nu le vor fi favorabile prosperității întotdeauna. Unele NMR vor dispărea, se vor ivi și altele, dar vor prospera nesemnificativ în condițiile tradiționalismului religios românesc. Nu este exclusă nici posibilitatea unor „explozii” religioase (în sensul formării unor „enclave”, anumite manifestări violente), care sunt mai greu de prevăzut, dar vor ajunge sub incidența supravegherii serviciilor de ordine socială.

În România (și în multe țări) NMR nu pot fi studiate statistic. În general, adepții refuză recunoașterea adeziunii, pentru că au mereu sentimentul că se izolează de societate, sunt în număr mic, răspândiți pe teritorii întinse, unele cunoscute sau recunoscute, altele nu. NMR nu sunt omogene ca idei și practici. Nu se poate realiza o cercetare sociologică pe câteva zeci de subiecți, chiar dacă toți ar accepta să completeze instrumentele (chestionare, teste), de înregistrare a informațiilor. Ca în majoritatea grupurilor minoritare, ele sunt studiate calitativ, prin discuții, analiza documentelor, asistență la activitățile desfășurate, informații din surse variate (mai mult sau mai puțin autentice). Nu pot fi cuprinse, spre exemplu, în același eșantion, variantele de martori ai lui Iehova, care se contestă reciproc, fiecare încercând să afirme că este singura adevărată și autentică. Similară este și situația unor culte recunoscute. Spre exemplu, s-au înregistrat legal multe

biserici baptiste independente, care nu se mai subordonează Uniunii Cultului Baptist central din România, ci sunt în bune relații și sprijinite de biserici baptiste din alte țări. Și în cadrul penticostalilor s-au înregistrat legal ca „asociații” multe variante, care folosesc principiile și dogmele, dar nu mai recunosc organizarea centrală a cultului, ci se declară independente, își aleg propriul personal deservent și chiar reprezentanți proprii în relațiile cu autoritățile laice. Cultul Creștin după Evanghelie a fost centralizat formal în timpul comunismului. După 1989 Biserica Evanghelică Română (fosta mișcare teodoristă) s-a organizat separat, menținând calitatea de cult legal, și există tendința autonomizării și a altor formațiuni.

Prezența NMR ca și transformările prin care trec marile religii tradiționale în contactul cu „europenizarea” (după 1989), face din studierea atentă a fenomenului religios din țara noastră o componentă importantă a cunoașterii și explicării întregii realități sociale. Fiecare formațiune încearcă să-și promoveze social propriul sistem de valori. Șansele acestora, în timp, vor fi diferite.

\*

Cultura, identitatea națională și religia sunt piloni ai dezvoltării durabile pentru că fiecare din ei și toți împreună asigură coeziunea și unitatea societății românești în realizarea efectivă a proiectelor de dezvoltare.

Cercetările de teren efectuate au demonstrat însă că, în actuala perioadă, marcată de profunde transformări interne, de imprevizibile restructurări și repolarizări internaționale, o multitudine de factori interacționează în sensul slăbirii unuia sau altuia din acești piloni, ceea ce face cu atât mai necesară luarea lor în considerare.

Cultura ca investiție în om și mijloc de dezvoltare umană armonioasă, la nivel societal, este adesea omisă din rațiuni economice, iar la nivelul individual și grupal, este redusă la manifestări cu redus conținut valoric și intelectual.

Identitatea națională este expusă unui set concertat și concentrat de forțe interne și externe menite s-o anuleze sau s-o golească de conținut. Iar religia ortodoxă, sub valul Noilor Mișcări Religioase și în numele principiului toleranței religioase își apără cu unele dificultăți statutul de religie națională sau a majorității populației.

În aceste condiții, conservarea și dezvoltarea lor printr-un program guvernamental coerent și consistent economic și organizațional este strategia optimă de atingere a obiectivului de dezvoltare durabilă, adică acea dezvoltare care să satisfacă nevoile generației actuale fără să compromită nevoile generațiilor viitoare.

Descifrarea importanței capitale a acestor factori sociali este sarcina sociologiei, în mod deosebit a sociologiei militante, dar realizarea în practică a programelor de dezvoltare durabilă care să cuprindă cultura, identitatea națională și religia ca structură de rezistență este sarcina guvernelor, a celui actual și a celor viitoare.

**BIBLIOGRAFIE**

1. CERNEA, MICHAEL, *Putting People First, The Position of Sociological Knowledge in Planned Rural Development*, Kaynote Opening Address for the VI<sup>th</sup> World Congress for Rural Sociology, Manila, The Philippines, December 15–21, 1984.
2. *Culture Counts Financing, Resources and the Economics of Culture in Sustainable Development*, Proceedigs of the Conference Florence, Italy, october 4–7, 1999, World Bank, Washington D.C. 2000.
3. LĂCĂTUȘU, IOAN, *Identitate și cultură la românii din secuime*, Cluj-Napoca, Editura Carpatica, 1995.
4. SERAGELDIN, ISMAIL și TABOROFF, JUNE (editori), *Culture and Development in Africa*, Proceedings of an International Conference held at the World Bank, Washington D.C. on April 2 and 3, 1992. The World Bank, Washington D.C. 1994.
5. SERAGELDIN, ISMAIL, *Making Development Sustainable*, în vol. *Marking Development Sustainable, From Concepts to Action*, Editori Ismail Serageldin și Audrew Steer, The World Bank, Washington D.C. 1994.
6. SERAGELDIN, ISMAIL și MARTIN-BROWN, JOAN (editori), *Culture in Sustainable Development. Investing in Cultural and Natural, Endowments*, World Bank, Washington D.C. 1999.

## VALORI, NORME, ATITUDINI MORALE ȘI CIVICE ÎN RÂNDUL TINERETULUI\*

IOANA PETRE

### Introducere

Lucrarea a avut în vedere, ca obiectiv general construirea unui portret socio-moral al tinerilor din România, cuprinzând principalele caracteristici care îl detașează de restul populației. Pentru atingerea acestui obiectiv general, autorii și-au propus următoarele două obiective specifice:

**a.** Identificarea principalelor subgrupuri socio-culturale din cadrul tineretului român, cu ierarhii valorice relativ distincte în ansamblul populației tinere, care au deci sisteme de valori proprii ce le ghidează atitudinile și comportamentele.

**b.** Încadrarea tineretului român în sistemul valoric european contemporan, prin estimarea valorilor socio-politice și morale care au pierdut din importanță în ultimii ani, a celor care au câștigat în importanță, precum și a valorilor care ar trebui să fie apărute și restaurate astăzi.

În vederea realizării obiectivelor enunțate, a fost efectuată o investigație sociologică la nivel național, pe un eșantion reprezentativ de circa 2000 de tineri din 21 de județe, din următoarele zone geo-culturale ale țării: Moldova, Dobrogea, Muntenia, Oltenia, Banat, Crișana-Maramureș, Transilvania și București. Concluziile lucrării s-au bazat, de asemenea, și pe rezultatele altor cercetări având aceeași problematică, efectuate de institute de cercetare din România, Franța, Ungaria și Polonia.

Ca o apreciere foarte generală, se poate afirma că valorile morale și civice dominante ale tineretului din România actuală reflectă cele trei axe fundamentale ale vieții: familia, munca și relațiile interpersonale, în special dragostea și prietenia. Toate împreună constituie valorile ghid pentru comportamentele actuale și viitoare ale tinerilor.

Se constată, de asemenea, o relativă stare de confuzie valorică a tinerilor români, ceea ce induce și o inegală manifestare a proceselor de maturizare, inclusiv de formare a conștiinței morale și civice.

\* Lucrarea a fost realizată de un colectiv de sociologi alcătuit din dr. Dan Banciu, Ioana Petre, Ecaterina Balica, Cornelia Rada, matematicianul dr. Petruș Alexandrescu și statisticianul Nina Niculescu.



Tinerii din România își ghidează în mare și în foarte mare măsură comportamentele și reacțiile, în primul rând în funcție de *propriile convingeri* și, în mai mică măsură, de felul în care, cred ei, va reacționa comunitatea. Astfel, comportamentele de conformitate par a avea o importanță mai redusă în ghidajul moral al tinerilor, cel puțin la nivelul de percepție socială.

O a treia concluzie foarte generală se referă la *politică* și vizează degradarea puternică a acestora în scala de evaluare a populației juvenile, ca de altfel și a populației în ansamblu. Așa cum se știe, românii și în special tinerii au așteptat de la noul sistem politic, instaurat după decembrie '89, o serie de decizii și opțiuni clare, capabile să asigure traversarea suportabilă a acestei dificile perioade de schimbări sociale, economice și spirituale. Din păcate, slaba eficacitate a sistemului politic românesc, indiferent de coloratura diverselor guverne, a condus la *efecte puternic demoralizante și alienante*, inclusiv devalorizarea masivă a politicului pe scala de valori a populației. Practic, astăzi, politicul, politica și politicienii ocupă ultimul loc în ierarhia valorilor apreciate de tineri. Ba mai mult, cel mai adesea elemente ale sistemului politic sunt considerate ca principale vinovate de degradarea economică și morală actuală.

*Pe primele locuri*, în ierarhia aspectelor considerate de către tineri esențiale pentru viața lor, se situează familia, banii, munca și dragostea. În privința *muncii* însă se constată că, deși ea este apreciată ca o formă fundamentală de realizare a personalității, totuși, în cadrul muncii tinerii par a valoriza mai puternic *factorii extrinseci*, precum banii și siguranța locului de muncă și doar în al doilea rând *factorii intrinseci*, precum realizarea de sine, prin împlinirea profesională. Pe ultimul loc ca valoare a muncii figurează *utilitatea ei socială*. Tinerii de azi au devenit mai individualiști și mai materialști (în înțelesul de interesați material), comparativ cu tinerii din epocile anterioare. Este posibil însă ca ei să fie pur și simplu *mai sinceri* și să dea răspunsuri mai puțin conformiste la întrebările investigatorului social, comparativ cu conformismul epocii comuniste.

În cele ce urmează, vom evidenția sub formă sintetică principalele rezultate ale studiului, cu privire la următoarele aspecte:

1. Universul valorilor și atitudinilor civice ale tinerilor din România.
2. Tinerii români și valorile identitare.
3. Manifestări ale responsabilității – ca valoare și atitudine – în rândul tinerilor români.
4. Tinerii și valorile culturale marginale.
5. Tineretul rural: elemente pentru un profil psiho-moral distinct.
6. Tendințe în evoluția valorilor socio-morale ale Europei și situarea tinerilor din România față de aceste tendințe.

### **1. Universul valorilor și atitudinile civice ale tinerilor din România**

Un prim aspect se referă la *prioritățile civice din România* în viziunea tineretului. Este vorba despre atitudinile și acțiunile civice care ar putea ameliora situația actuală. Conform anchetei naționale, majoritatea tinerilor consideră că este

de maximă importanță pentru redresarea situației din România *respectarea legii, menținerea ordinii în țară, respectarea drepturilor omului, denunțarea fraudelor fiscale, precum și lupta împotriva oricărei forme de violență*. La o analiză mai atentă a tipului de mentalitate presupus de atitudinile enumerate mai înainte, sesizăm accentul pus pe *ordine* în raport cu *libertatea*, pe respectarea normativității și „îngrădirea” sau limitarea manifestărilor excesive ale libertății individuale. Apreciem că acest fel de relaționare nu este cauzat de vreo înclinare spre totalitarism a românilor tineri, ci izvorăște din chiar constatarea șocantă că legile și ordinea, normele de diverse feluri nu sunt respectate în România ultimilor ani, în proporții alarmante. Această realitate naște deci reacții de tip „autoritar” și nu vreun atașament românesc aparte, pentru soluții totalitare de menținere a ordinii și de respectare a normelor. Balanța între ordine și libertate se înclină actualmente în favoarea ordinii, din însăși absența ei masivă la nivel societal real. Considerăm că, atâta timp cât atitudinile și mentalitățile „proordine” și „prolimitare” a manifestărilor excesive ale libertății individuale vizează asigurarea binelui public și apărarea sferei libertății celorlalți, acestor atitudini li se poate atașa calificativul de „civice” fără teama de a greși. Dizarmoniile și chiar criza din sfera normativității ultimilor ani induc în mentalul colectiv, inclusiv al tineretului, nevoia de denunțare a tuturor formelor grave de încălcare a legilor, de la divulgarea și condamnarea marilor fraude fiscale și până la opoziția față de oricare formă de violență.

Și în privința civismului, ca și a altor valori socio-morale și politice *distanța dintre intențional și acțional este foarte mare*. Astfel, apreciem că civismul pare astăzi mai degrabă un ideal socio-politic decât o realitate în România; el apare „activat” doar în unele „oaze sociale”, în rest rămânând, în cel mai bun caz, *la nivel de potențialitate*.

Pentru a avea cu adevărat un comportament democratic nu sunt suficiente mentalitatea și atitudinile civice, pe care se pare că mulți tineri și le-au însușit, ci este nevoie de ceva mai mult și anume de implicare efectivă în apărarea binelui public, într-un cuvânt de *participare civică*. În epoca modernă, calea cea mai potrivită pentru participarea civică este reunirea oamenilor în diferite organizații sau asociații independente față de guvern, față de putere. Iar ceea ce trebuie să urmărească în primul rând aceste ONG-uri este *solidaritatea și protejarea*.

*Potențialul de implicare civică a tinerilor din România* a fost pus în evidență prin răspunsurile cu privire la organizațiile (asociațiile) în care le-ar plăcea să activeze. A rezultat că, pe primele locuri în opțiunile de implicare civică a tinerilor, se situează asociațiile de apărare a drepturilor omului, cele de protecție a mediului și de solidaritate umanitară, toate la un loc alcătuind un set de opțiuni valorice, care sunt în perfect consens cu atitudinile civice dezirabile amintite.

Un loc important, în exprimarea de către tinerii investigați a dorinței de participare, îl ocupă activitățile și organizațiile cu profil sportiv. Acestea, chiar dacă nu au un caracter civic explicit, sunt specifice și necesare vârstei tinere, nu doar pentru dezvoltarea aptitudinilor fizice ci și a *sociabilității și a competitivității*, trăsături morale atât de utile pentru o bună adaptare la cerințele timpurilor moderne.

Pe locul al doilea se situează opțiunile tinerilor pentru activități și organizații care vizează apărarea și protejarea intereselor semenilor, și anume: asociațiile de caritate religioasă, de luptă împotriva rasismului, organizații de apărare și conservare a culturii proprii și chiar dorința de a participa în consiliile școlare.

O notă discordantă prezintă dorința de implicare civică prin mijlocirea *partidelor politice și a sindicatelor*, neîncrederea instituțională manifestându-se și de data aceasta în *refuzul cvasigeneralizat al tinerilor de a participa la treburile cetății, în spațiu politic sau sindical*.

Elemente ale civismului se regăsesc și în analiza atitudinii tinerilor față de problemele grave ale umanității: *globalizarea, conflictele interetnice, între bogați și săraci, între generații*.

Evaluarea gravității acestor probleme pentru România pune în evidență faptul că ceea ce îi alarmează în primul rând pe tineri sunt: *creșterea diferențelor dintre bogați și săraci, poluarea mediului și scăderea importanței culturii naționale*.

O a doua treaptă de gravitate o prezintă problematica domeniului relațiilor intergrupale sau interidentitare, fie că este vorba de relațiile inter-etnice, intergenerații sau de cele interrasiale.

Un al treilea tip de probleme grave evaluate de către tineri se referă la *globalizare*, cu cele două tendințe adiacente: *americanizarea* și creșterea influenței concernelor multinaționale. Nici una dintre ele însă nu pare să constituie deocamdată o amenințare foarte serioasă în percepția tinerilor, comparativ cu percepția din alte societăți contemporane, inclusiv occidentale. Deși astfel de luări de poziție antiglobalizare au apărut și în România, ele sunt încă în *forme rudimentare, naive și confuze*, reprezentând semne de respingere timidă a imixtiunii concernelor străine în economia națională, fiind pe alocuri denunțate consecințele în planul vieții economice, deteriorarea mediului (șomaj, sărăcie, poluare), atingerea suveranității naționale și scăderea importanței culturii naționale. În ciuda stadiului incipient al atitudinilor sociale antiglobalizare, totuși jumătate dintre tinerii români investigați consideră că „Occidentul bogat exploatează Estul sărac” și cam o treime apreciază că „țările din Estul Europei nu ar putea fi partener egal pentru Occident”.

Un alt pas important către un adevărat comportament civic presupune *însușirea toleranței ca principiu de relaționare* cu ceilalți, ca indivizi, grupuri sau colectivități. În măsura în care, într-o societate, numărul indivizilor care manifestă toleranță este rezonabil de mare, se poate califica acea societate ca fiind autentic democratică.

Dacă toleranța este primul pas spre democrație civică și spre pluralism în orice societate (în viața cotidiană, în politică, în cultură etc.), *intoleranța*, dimpotrivă, poate conduce și a condus de atâtea ori în istorie, la manifestări totalitare. Trebuie insistat că atitudinile de tip totalitar nu se referă neapărat doar la regimul politic, ci la neacceptarea sau slaba acceptare a diferențelor de opinie, de obiceiuri, de cultură, chiar de culoare, de înfățișare fizică etc. Toate aceste atitudini le regăsim pe alocuri în societatea românească reală, în grupuri, colectivități, la

indivizi și chiar la nivelul unor instituții publice sau firme private. Restricționările pe criterii de vârstă, de sex, de culoarea a pielii, de religie, de greutate corporală sunt numai câteva exemple de manifestare a intoleranței în societate. Se poate spune că o societate în care atitudinile dominante sunt cele de respingere și de intoleranță față de grupurile minoritare (care ies din tiparele socialmente acceptate), nu este democratică, chiar dacă formal, prin legi și constituție s-ar putea crea impresia că diferența și pluralismul sunt acceptate și chiar apărate.

*Toleranța tinerilor față de minorități, altele decât cele etnice*, a fost analizată prin intermediul răspunsurilor la întrebarea „Ați accepta ca vecini, indivizi aparținând unor grupuri considerate mai mult sau mai puțin marginale, „outsider-i sociali?”. Nominalizându-se aceste grupuri minoritare, a rezultat că, deși nici o minoritate socială nu beneficiază de toleranță maximă din partea tinerilor, există categorii de oameni care, chiar dacă se deosebesc de „cetățeanul mediu”, sunt tolerate de marea majoritate a tinerilor: *oamenii de altă culoare a pielii și familiile numeroase*. De asemenea și *extremiștii politic*, fie că sunt de stânga sau de dreapta, obțin scoruri asemănătoare de toleranță și suficient de mari ca să ne permită aprecierea că tinerii români nu sunt intoleranți politic. Intoleranța cea mai ridicată, chiar dacă nu maximă, au obținut-o alcoolicii și drogații. Tot o toleranță scăzută apare și față de cei cu cazier judiciar ca și față de homosexuali, rezultând de aici că încălcările codului penal și ale normalității sexuale sunt mai greu „digerate” și acceptate de tinerii români, decât alte diferențieri fizice sau spirituale.

## 2. Tinerii români și valorile identitare

Importanța acordată de tinerii din România *valorilor identitare naționale* este considerabilă și comparabilă cu celelalte valori socio-politice. Din acest punct de vedere, probabil că tinerii români aparțin mai degrabă *categoriilor de tip patriarhal și național* decât cosmopolitan. Aceasta, în ciuda faptului că populația tânără este puternic atașată și față de europenism și cosmopolitism. Cele mai importante valori naționale în ochii tinerilor români sunt: unitatea națională, independența economică a țării, bogăția culturală, menținerea tradițiilor naționale și suveranitatea politică a țării.

Este de asemenea demn de semnalat că necesitatea securizării frontierelor nu este conștientizată încă de tineri, în orice caz nu la dimensiunea cerută de exigențele integrării europene. *Gândirea mai permisivă* a tinerilor români față de imigrație și față de străini în general este un fapt confirmat și de alți indicatori care vor fi analizați într-un alt paragraf: este vorba despre acceptabilitatea fenomenului imigraționist pe teritoriul României și, mai ales despre toleranța față de alte etnii și națiuni.

*Criteriile de identificare etnică* vizează, în percepția tinerilor români, atât factori obiectivi cum ar fi *limba*, cât și elemente afective cum ar fi *mândria națională* sau *sacrificiul pentru țară*. Sintetizând răspunsurile primite la întrebarea „Cum ar trebui să fie cineva pentru a putea fi considerat român?” s-au obținut cel puțin patru tipuri de *markeri* etnici:

a. Elemente de autoidentificare ce țin de sentimentul de apartenență la un anumit grup etnic; tot în sfera psihologiei poporului, a „latențelor” se includ și

alți *markeri* identitari: să fie gata să-și dea viața pentru România, să iubească drapelul românesc, să cunoască și să iubească cultura română, și cei din jur să-i considere români.

b. Al doilea tronson important de criterii de identificare este cel lingvistic, criteriu obiectiv prioritar în diferențierea și autopercepția identificării.

c. O a treia categorie, de criterii de identificare națională, o reprezintă așa-numitul „beneficiu și respect al legii”. În cadrul său tinerii au inclus criterii, precum: „să respecte legile românești”, „să-și exercite dreptul la vot în România” și „să fie de acord cu statul român”.

d. Un ultim tip de predictorii identitari etnici înglobează ceea ce se înțelege prin obiectivarea statusului juridic național: pentru a fi român un individ trebuie să locuiască în România sau cel puțin unul dintre părinți să fie român, sau acel individ să se fi născut în România sau să aibă naționalitatea română.

Mai pe scurt, pentru tinerii români identificarea etnică este un lucru care se referă în primul rând la libera voință și la propria opțiune, în al doilea rând la comunitatea de limbă dorită sau moștenită și, în al treilea rând, la respectarea acelorași norme și la beneficierea de aceleași drepturi politico-civice. *Regăsim în acești markeri identitari, marile valori politice ale Europei moderne, transpuse în câmpul identității etnice: democrația, libertatea, participarea și respectul libertății.*

În ceea ce privește *atitudinea față de alte etnii și națiuni*, și ea, *poate da indicații relevante despre gradul de toleranță sau xenofobie dintr-o societate.* Despre România s-a vorbit adesea ca având un mod deficitar de raportare la străini, în sensul unui *exces de ospitalitate, chiar și față de dușmani*. Paul Anghel definea această caracteristică specifică a românilor ca „deficit de agresivitate”, ei (românii) nelovind, neripostând decât foarte greu și rar, având excesivă încredere în străini. În același sens Ilie Bădescu vorbește despre un coeficient ridicat de „așteptare încrezătoare” a populației românești, atât de vizibil și astăzi.

În continuare, vom evidenția câteva elemente rezultate din *cercetarea tineretului din România și din Ungaria* cu privire la problematica relațiilor interetnice, a toleranței și încrederii față de alte etnii și națiuni în cele două țări.

În privința *percepțiilor și reprezentărilor tinerilor din România și Ungaria\** despre alte etnii și națiuni trebuie subliniat de la început că prejudecățile, suspiciunile și procesele de excluziune nu dispar o dată cu tratatele dintre țări, națiuni sau cu declarațiile oficiale și formale de prietenie și respect mutual.

În analiza raporturilor și a reprezentărilor interetnice au fost utilizați următorii indicatori: **a.** *încrederea în diverse națiuni ale lumii*; **b.** *toleranța față de anumite minorități etnice* și **c.** *permisivitatea față de imigranți și imigrație.*

\* Cercetarea din România (Institutul de Sociologie al Academiei Române), pe un eșantion reprezentativ național de 2 049 subiecți tineri, s-a desfășurat simultan și cu aceleași instrumente și în Ungaria, pe un eșantion de peste 3 000 de subiecți tineri (Institutul de Studii ale Minorităților, Budapesta). Responsabilii de proiect din România au fost D. Banciu și I. Petre, iar din Ungaria I. Szabo și A. Orkeny.

**a.** În ceea ce privește *încrederea tinerilor în diverse națiuni sau etnii*, cercetarea a pus în evidență următoarele tipuri și grade de încredere interetnică: națiunile care se bucură de *cea mai mare încredere* în ochii tinerilor români sunt englezii, francezii, americanii și, la oarecare distanță, germanii; națiunile care se bucură de o *încredere medie* sunt ungurii, chinezii, evreii, negrii africani; de nici un fel de încredere, în ordine descrescătoare se „bucură” mai ales următoarele națiuni sau etnii: rromii, rușii, arabii.

Recunoașterea de către ceilalți, aprecierea pozitivă a lor, presupune implicit existența unui anumit grad de încredere în grupul etnic sau național respectiv. Fenomenul de recunoaștere, deși prezent, este inegal în reprezentările sociale ale tinerilor români, unele popoare, națiuni sau etnii fiind mai bine reprezentate la capitolul recunoaștere (pozitivă). Există, concomitent, un grup de comunități etnice sau naționale cărora le lipsește recunoașterea în ochii tinerilor din România, imaginea negativă cea mai pregnantă având-o etnia rromilor. Practic distanța dintre încrederea totală și neîncrederea totală este imensă: *trei sferturi dintre tinerii din România declară că nu au nici un fel de încredere în populația de țigani*.

Situația rromilor este, de altfel, un exemplu relevant pentru spațiul etnic românesc dar nu numai. Și în celelalte țări europene, inclusiv în Ungaria, imaginea rromilor în percepția publică este una foarte proastă. În acest sens trebuie spus că poate nu multe etnii au suferit de pe urma stereotipurilor sociale negative despre ele, cu anvergură de manifestare europeană și chiar internațională, precum țiganii și evreii, mai recent adăugându-se, foarte probabil, și arabii.

**b.** *Autorecunoașterea reprezintă, alături de recunoașterea națională, un pas semnificativ în procesele de armonizare dintr-o societate*, ca și în armonizarea climatului interetnic și inter-națiuni. Într-un anume sens *autorecunoașterea premerge recunoașterii de către ceilalți, influențând-o chiar*. Încrederea în valoarea propriei națiuni, în cultura ta națională induce o atitudine de încredere și din partea celorlalți. Dimpotrivă, un comportament etnic de autodeprecieri permanentă atrage o evaluare scăzută și din partea celorlalte comunități cu care se vine în contact. Este însă valabil și reversul: părerea bună despre tine însuși este influențată și uneori decisiv de încrederea pe care o manifestă ceilalți în tine ca națiune, ca etnie, ca individ; este acea imagine în oglindă (a te privi în ochii celorlalți) care i-a determinat de atâtea ori pe colonizați să se simtă inferiori colonizatorilor, pe femei inferioare bărbaților, pe negri inferiori albilor etc. Din perspectiva *autorecunoașterii românilor*, cercetarea de față a scos în lumină un fapt nu neapărat pozitiv: *tinerii din România nu au încredere totală în propria națiune*. Astfel, la întrebarea „Câtă încredere aveți în români?”, tinerii au răspuns: 44,2% multă, 38,9% puțină și 16,9% deloc. Se constată deci un *sentiment de autoumilire și deprecieri și deprecieri destul de prezent printre românii tineri*.

*Comparând scala încrederii internațiuni din România și din Ungaria s-a observat că în Ungaria se situează în topul încrederii germanii, iar în România francezii și englezii. Se remarcă de asemenea că, exceptând percepția germanilor, ungurii tineri sunt mai neîncrezători în alte națiuni decât românii. Este demonstrată*

aici concret acea „așteptare încrezătoare” a românilor, comparativ cu atitudinea circumspectă față de străini a ungarilor. În general se poate afirma, ca principală caracteristică a fenomenelor de relaționare internaționi, că în *România atitudinea de încredere și toleranță interetnică este mult mai prezentă decât în Ungaria, cel puțin în cazul tinerilor*. Diferențele cele mai mari de neîncredere între cele două țări au apărut la raportarea la țigani, la francezi și la arabi. În toate cele trei cazuri „nerecunoașterea” ungarilor tineri este mult mai mare decât a românilor tineri.

*c. Încrederea reciprocă: a românilor față de unguri și a ungarilor față de români.*

Fenomenul încrederii reciproce între cele două națiuni este foarte important, având consecințe socio-politice în ambele țări, cu atât mai mult cu cât în România există o importantă minoritate etnică maghiară. Acest lucru dă expresivitate, în plus, felului în care se manifestă încrederea reciprocă între cele două națiuni, respectiv în optica tinerilor din cele două țări. Trebuie spus că la examenul încrederii reciproce, conform răspunsurilor primite, tinerii din România au obținut note mult mai mari decât cei din Ungaria: *numărul tinerilor români care au mare încredere în unguri este de peste trei ori mai mare decât al tinerilor unguri care au încredere în români*. Din acest punct de vedere ungurii tineri din Ungaria ne situează pe penultimul loc în scala încrederii interetnice, după noi urmează doar rromii. Diferențele sunt spectaculoase și dacă se compară numărul tinerilor din Ungaria care nu au deloc încredere în români, cu numărul românilor care nu au deloc încredere în unguri: 74,6% față de 38,1%, adică aproape dublu. Această tendință este de altfel asemănătoare cu a maghiarilor tineri care trăiesc în România, și ea exprimă un *enorm deficit de percepție pozitivă vizavi de români*. Adevărul simplu este că trei sferturi din tinerii unguri intervievați nu au nici o încredere în români. Acest fapt poate oferi și o idee despre potențialul, deocamdată modest, de armonizare interetnică între Ungaria și România în viitorul imediat, dar și despre *înclinațiile mai naționaliste ale ungarilor comparativ cu românii*.

*Atitudinea față de imigranți și imigrație a evidențiat un indice cu valoare ridicată a gradului de ospitalitate față de străini a românilor, și oricum mai ridicată decât la populația tânără din Ungaria*. Scala de permisivitate a imigrației se prezintă în ordine descrescătoare, astfel: românii care locuiesc în alte țări, negri africani, unguri, chinezi, albanezi din Kosovo, arabi, rromi. Se confirmă încă o dată atitudinea puternic nefavorabilă față de rromi și arabi și de acceptabilitate ridicată sau rezonabilă față de celelalte etnii sau națiuni. În ceea ce privește *gradul de acceptabilitate reciprocă* a imigrației, a românilor spre Ungaria și a ungarilor spre România, se constată că românii ar accepta pe unguri ca imigranți într-o proporție de aproape 10 ori mai ridicată, comparativ cu acceptabilitatea ungarilor față de români, ca potențiali imigranți în țara lor.

### **3. Manifestări ale responsabilității – ca valoare și atitudine – în rândul tinerilor din România**

Între noțiunile importante ce caracterizează comportamentul și conduita tinerilor, și care au cunoscut mutații fundamentale în perioada de tranziție, este și

cea a responsabilității, care exprimă actul de angajare a acestora în procesul interacțiunii sociale, prin asumarea consecințelor față de rezultatele acțiunilor lor. În studiul de față, noțiunea de responsabilitate a fost operaționalizată printr-o serie de indicatori, cum ar fi: gradul de implicare a tinerilor în adoptarea unor decizii sau hotărâri importante în legătură cu viața lor, principalele însușiri morale care definesc sau circumscriu responsabilitatea unui tânăr, principalii factori care configurează conduita, atitudinea tinerilor față de manifestările deviante și antisociale, sancționate moral sau juridic.

În privința gradului de implicare a tinerilor în adoptarea deciziilor personale, studiul de față, ca și alte cercetări realizate în instituții de profil, au pus în lumină faptul că tinerii se consideră implicați în foarte mare măsură și în mare măsură în luarea deciziilor care privesc viața lor, ceea ce echivalează cu o *atitudine de independență, prevedere și siguranță*. Totuși, suficient de mulți sunt și cei care au o atitudine mai puțin responsabilă și care consideră că „prevederea nu duce la nimic bun, întrucât evenimentele și luarea deciziilor depind de factori externi și nu de noi”.

*Trăsăturile morale cele mai apreciate de tineri sunt cele pe care ar dori să le cultive la copiii lor*, pentru a le facilita reușita în viață. Pe primele locuri se situează bunele maniere, responsabilitatea, toleranța și respectul pentru ceilalți. Urmează, foarte aproape, caracteristicile referitoare la plăcerea de a munci, la independență și la perseverență. Aproape toate aceste valori au preponderent funcții instrumentale și pot servi unei mai bune adaptări la condițiile grele ale tranziției și ale crizei sociale prelungite, prevalând în fața așa-numitor calități morale „expresive” ca generozitatea, imaginația, farmecul personal, popularitatea, și care pot servi mai puțin ca instrumente de reușită și adaptare socială. O slabă reprezentare au și valorile civice, de tipul integritate morală, autoafirmare, reciprocitate, credință în Dumnezeu.

În privința responsabilității pentru reușita proprie în viață, tinerii din România de astăzi par a-și asuma în mare măsură propriile eșecuri și realizări. Astfel, pentru reușitele avute, tinerii consideră că meritul principal îl au ei înșiși și familia și doar un rol secundar alți factori, precum: școala, instituțiile actuale din societate, șansa sau norocul. În ceea ce privește eșecurile de până acum, tinerii le pun pe seama propriilor greșeli și, într-o oarecare măsură, și în seama societății, a neșansei, a ghinionului. Surprinde faptul că școala, instituțiile în general sunt percepute ca având un rol minor în privința reușitei sau a eșecului lor în viață, ceea ce poate însemna și o oarecare, „contestare” a modului actual în care școala este implicată în asigurarea succesului tinerilor în viața socială.

*Evaluând ierarhic factorii care îi ghidează cel mai mult pe tineri și comportamentele lor s-a realizat următoarea scală:*

|                           |                        |
|---------------------------|------------------------|
| 1. Convingerile personale | 4. Legislația          |
| 2. Normele morale         | 5. Normele religioase  |
| 3. Avantajele personale   | 6. Reacția comunității |



Rezultă că modul de conduită reprezintă rezultanta atât a unor factori personali (nivel de aspirație, convingeri, credințe, obiceiuri, motivații) cât și a unora socio-culturali (principii morale și religioase, influențele grupului sau reacția comunității, influențele și cerințele normative).

Ancheta a relevat un larg consens al tinerilor privind rolul primordial al convingerilor și avantajelor personale în orientarea comportamentelor lor. Tinerii percep modul de structurare a conduitei lor de viață în primul rând din perspectiva *dimensiunii interne a controlului social* (autocontrolul), reprezentată de socializarea și interiorizarea convingerilor și avantajelor personale și ulterior din cea a *dimensiunii externe a controlului social*, reprezentată de morală, religie, legislație și de reacția socială. Aceasta demonstrează și încrederea tinerilor în capacitățile personale, în motivațiile și aptitudinile proprii, evaluate ca mai importante în orientarea lor decât principiile morale, religioase și legislative.

În rezumat, se pot identifica cel puțin două categorii de tineri care se raportează relativ diferit la noțiunea de responsabilitate: **a.** tinerii cu un comportament „social” care pun pe primul plan nevoile și așteptările celorlalți, promovând angajamentul social, prevederea și siguranța în acțiunile lor și care resping comportamentele deviante sau violente; **b.** tinerii cu un comportament „tradiționalist” sau „romantic” care apelează primordial, în definirea responsabilității, la o serie de valori tradiționale cum ar fi onoarea, moralitatea, integritatea, demnitatea, în detrimentul competenței, al meritului și al contribuției sociale.

#### **4. Tinerii și valorile culturale marginale**

În încercarea de a ieși din rutina cotidiană, tineretul se orientează tot mai mult spre spații în care se experimentează nonconvențional cooperarea socială și culturală, spre așa-numitele „spații de recompunere” sau spații care îi pot scăpa de monotonia zilnică, de conformism și de mizerie a scenei politice, spre „spații de creație” care le oferă prilejul de a-și exprima atitudinea față de ordinea socială și politică existentă. Dintre aceste grupuri se detașează *grupurile muzicale*, care pot să nu se bucure de un real succes în rândul marilor consumatori de muzică, dar care reușesc prin mesajul lor și prin practicile artistice adoptate să concentreze în jurul lor un mare număr de admiratori, devenind treptat *generatoare de modele comportamentale* și de valori pentru aceștia. Aflate la limita dintre normalitate și devianță, aceste minorități culturale numite și „culturi ale periferiei” sunt expresia unei dorințe de inversare a proceselor de influențare a vieții individuale de către instituții cu rol socializator (familie, școală, mass-media etc.). Organizate ca răspuns la o stare generală de plictis, de mediocritate și sărăcie a aspirațiilor și trăirilor sufletești, grupurile culturale minoritare oferă tinerilor posibilitatea de a-și satisface trebuințe specifice vârstei, inclusiv aceea de a fi diferiți, de a avea o identitate puțin bizară și exhibiționistă. Sunt totuși valori identitare în înțelesul cel mai limpede al termenului. Astfel, grupurile *techno-styles*, *rock*, *rapp*, *alternative* formează nuclee de cultură minoritară, făcându-și tot mai mult simțită prezența în realitatea socială românească.

Unul dintre obiectivele pe care și le-au propus autorii studiului de față a fost *identificarea atitudinii (toleranței) tinerilor români, față de aceste grupuri culturale minoritare*. S-a pornit cum era firesc, de la depistarea stilurilor de muzică preferate de tineri, constatându-se că aproape jumătate dintre tineri preferă muzica *dance, rock și hip-hop*, stiluri promovate de altfel și de canalele radio-tv. Mai puțini adepți printre tineri par a avea stilurile *punk, rave și rapp*.

Puși în situația de a-și exprima simpatia față de șase grupuri culturale minoritare, tinerii români și-au structurat pozițiile astfel: cea mai mare simpatie au obținut-o *rapperii, alternativii și rockerii*, grupuri care pot fi considerate mai moderate ca stil muzical, ca model sociocomportamental și ca mesaj social și politic, în comparație, de exemplu, cu *punkiștii* sau *skinheads* care au obținut scoruri de 3,4% – 3,5% de simpatie, fiind asociați, după cum se știe, cu extrema dreaptă și chiar cu neonaziștii.

### 5. Elemente pentru un portret psihomoral al tânărului din mediul rural

Coroborând concluzii ale cercetărilor întreprinse în cadrul Centrului de Cercetări pentru Probleme de Tineret, Institutului de Sociologie al Academiei Române și al Facultății de Psihologie din Universitatea „Spiru Haret”, a rezultat un anumit profil, relativ specific al tineretului din mediul rural, care include următoarele caracteristici medii:

- Din evantaiul divers de aspirații și proiecții despre muncă și viață a rezultat că *tinerii din mediul rural sunt mai realiști, mai reținuți în dorințe și mai raționali când se pune problema mijloacelor*, instrumentelor cu ajutorul cărora își pot realiza aspirațiile.

- Ei sunt *mai riguroși și mai conformiști* în privința respectării normelor și legilor și mai puțin permisivi cu cei care au comportamente nepotrivite în societate, *sunt mai puțin nonconformiști*.

- Comparativ cu tinerii din mediul urban, tinerii din mediul rural par mai preocupați și mai de timpuriu aplecați spre *realizarea prin muncă decât prin divertisment*, lucru care permite caracterizarea lor ca mai responsabili. Deși, în general, pentru tinerii din România de astăzi munca ocupă un loc central, la tinerii din mediul rural *munca este și mai sus plasată decât la cei din mediul urban*.

- Studiul valorilor identitare naționale sau etnice pune în lumină un tineret rural mai echilibrat, dar și mai sensibil la *valorile tradiționale, la obiceiuri și datini*.

- După modul cum abordează *problemele de criză* cu care se confruntă în prezent, tinerii din mediul rural par *mai puțin panicați și de aceea și mai rezistenți la stres*, dar și mai puțin idealști.

- Atitudinea față de derapările de guvernare, din ultimii ani, denotă *un spirit critic mai scăzut*, reflex probabil și al *timidității mai ridicate* și al persistenței complexelor de inferioritate față de ceilalți tineri.

- Propensiunea mai scăzută pentru facilitățile moderne ale tehnicii, inclusiv ale informaticii, rezultă nu atât din convingerea inutilității ei, ci din lipsa mijloacelor financiare de procurare.

- Calitatea vieții mai scăzută a tinerilor din mediul rural este reflectată și în nivelul mai redus al pregătirii prin școală a acestora. Cercetarea a evidențiat că șansele de acces la treptele medii și superioare de instrucție sunt mult diminuate la tineretul rural. Poate de aceea se întâmplă ca unii tineri să treacă în plan secund nevoia de instrucție școlară superioară, astfel că, așa cum demonstrează datele statistice naționale, *abandonul școlar în mediul rural s-a extins îngrijorător, sporind și mai mult distanța socială față de calitatea vieții din urban.*

- După felul cum apreciază nevoia de modestie și sociabilitate, rezultă implicit că tinerii din mediul rural sunt, ei înșiși, mai sociabili, mai puțin înclinați spre infatuare și mai modești în autoapreciere și în comportament.

- În special din cercetările întreprinse de specialiști din cadrul Facultății de Psihologie, a rezultat că *anumite trăsături psihice sunt mai bine reprezentate la tinerii din mediul rural, precum: seriozitatea, perseverența, profunzimea în abordarea problemelor de viață.*

- Cercetările psiho-sociologice comparative au evidențiat că majoritatea tinerilor din mediul rural intră mai de timpuriu în procesul de maturizare și de confruntare cu probleme dificile de viață; din acest motiv ei au tendința de a-și asuma mai intens responsabilitatea propriilor acte, propriilor succese și insuccese, dar și de a-și rezolva singuri, fără ajutor din afară, problemele. *Gradul real de independență în luarea deciziilor și mai ales în rezolvarea problemelor este superior la tinerii din rural.* Tinerii din mediul rural învață mai devreme să se descurce singuri, să supraviețuiască și să progreseze, fiind de aceea și mai independenți și mai adaptabili la condițiile deseori neprielnice ale vieții actuale din România.

- Deși tinerii din mediul rural sunt mai dezavantajați decât cei din urban din multe puncte de vedere (oportunități mai reduse de învățare, de muncă, de transport, de divertisment etc.) ei nu au și un mai acut *sentiment de frustrare*. În general însă, toți tinerii se simt astăzi, în România, ușor marginalizați și dezavantajați. Când apare totuși, frustrarea tinerilor din mediul rural se referă la faptul că *nu mai valorizează ca celelalte generații, modul de viață rural tradițional*, cu ritmurile și constrângerile lui: astfel, numeroasele obligații gospodărești care le revin în repartitia rolurilor din familie le sporesc *sentimentele de nemulțumire, de insatisfacție, chiar de dorință de evadare din acest mod de viață* de care nu se mai simt atașați și atrași. Disponibilitatea mai scăzută pentru modul de viață rural, îndeosebi pentru munca agricolă și în gospodărie, afectează atât viața individuală a tinerilor, cât și integrarea lor în comunitate, suportul lor pentru perpetuarea și dezvoltarea satului.

- În toate situațiile dificile cu care sunt confrunțați (instrucția și formarea, căutarea unei slujbe, exercitarea meseriei, problemele din familie etc.), tinerii din mediul rural valorizează importanța *ambiiiei, aceasta fiind considerată ca o condiție esențială pentru reușita oricărei întreprinderi a tânărului*. Valorizarea pozitivă a ambiiiei nu rămâne doar la stadiul de opinie favorabilă, tinerii din mediul

rural fiind ei înșiși *mai ambițioși și mai perseverenți* în urmărirea și realizarea scopurilor mai mici sau mai mari, *mai luptători pentru o cauză sau alta*. Această calitate s-a dezvoltat la tânărul din sat mai mult, deoarece acesta realizează că nu poate supraviețui decât dacă insistă, dacă perseverează, nu poate reuși în viață decât prin propriile forțe și competențe. Ambiția s-a dezvoltat și din conștientizarea faptului că, în competiția, deseori dură, cu ceilalți, ei trebuie să depășească singuri numeroasele handicapuri.

#### **6. Tendințe în evoluția valorilor socio-morale ale Europei și situarea tinerilor din România față de aceste tendințe**

Relaționarea cu valorile socio-morale și politice ale Europei contemporane pune pe primul plan următoarele tendințe:

*a. În ultimii ani* în Europa, ca și la noi, se constată regresia importantă a unor valori morale tradiționale, precum: onestitatea, politețea, respectul binelui comun, spiritul familial, sentimentul datoriei, egalitatea.

*b. Valorile materiale* copleșesc astăzi în importanță, lăsând pe locul secund valorile de ordin spiritual, precum cele psiho-morale sau politico-civice.

*c. Lumea tinerilor* apare astăzi mai neliniștită și mai nesigură, având cultul banilor și al reușitei individuale.

*d. Astăzi*, atât în ochii tinerilor, cât și ai populației mature, prevalează valorile individualiste în detrimentul celor colectiviste.

*e. Totuși elementul valoric social dezirabil* pare a fi mai degrabă de tip „postmaterialism”, oamenii, tinerii simțind nevoia întoarcerii la unele valori tradiționale, dar și păstrarea unora proprii epocii moderne: onestitate, dreptate, politețe, libertate și competitivitate.

#### **BIBLIOGRAFIE**

1. ALMOND, G., VERBA, S., *Cultura civică. Atitudini politice și democratice în cinci națiuni*, București, Editura Style, 1996.
2. BALL, T. DAGGER, R., *Ideologii politice și idealul democratic*, Iași, Editura Polirom, 2000.
3. BEHR, E., *O Americă înfricoșătoare*, București, Editura Humanitas, 1999.
4. BERGER, A., *Éducation familiale*, Paris, Aubier Montaigne, 1967.
5. BUNESCU, GH., *Școala și valorile morale*, București, Editura Didactică și Pedagogică, 1998.
6. CHELCEA, S., *Personalitate și societate în tranziție*, București, Societatea de Știință și Tehnică, 1994.
7. CIORAN, E., *Schimbarea la față a României*, București, Editura Humanitas, 1990.
8. DAHL, R., *After the Revolution: Authority is a Good Society*, New Haven, Yale University Press, 1970.
9. FULEA, M., SÂRBU, M., *Satul românesc contemporan*, București, Editura Academiei, 1996.
10. GELLNER E., *Condițiile libertății. Societatea civilă și rivalii săi*, Iași, Editura Polirom, 1998.
11. LAVELLE, L., *Traité des valeurs*, vol I și II Paris, P.U.F., 1951.
12. LEGRAND, L., *Enseigner la morale aujourd'hui*, Paris, P.U.F, 1961.
13. MALWSKA, P.H., KUREZEWSKI, L., (coord.) *Valeurs et normes éthiques des jeunes*, în „Travaux de recherches”, 1991, nr. 2.
14. MILLES, L.S., *Despre libertate*, București, Editura Humanitas, 1994.
15. MORAR, V., *Etica și mutațiile valorice*, București, Editura Științifică și Enciclopedică, 1985.
16. MUNGIU-PIPIDI, A., *Transilvania subiectivă*, București, Editura Humanitas, 1999.

17. NEDELCU, E., *Democrația și cultura civică*, București, Editura Paideia, 2000.
18. PASTI, V., MIROIU, M., CODIȚĂ, C., *România – Starea de fapt*, vol. I, București, Editura Nemira, 1997.
19. PLEȘU, A., *Minima moralia*, București, Editura Cartea Românească, 1988.
20. RĂDULESCU, S., BANCUIU, D., *Introducere în sociologia delincvenței juvenile*, București, Editura Medicală, 1999.
21. Revista „Secolul 20”, vol.: „Europele în Europa”, 1999–2000, nr. 10–12.
22. ROBERT, PH., *Les bandes d'adolescents, une théorie de la ségrégation*, Paris, Ouvrières, 1966.
23. SANDU, D., *Valori și tipuri sociale în România*, București, Staff, 1996.
24. STOETZEL, J., *Les valeurs du temps présent: une enquête européenne*, Paris, P.U.F, 1983.
25. TISMĂNEANU, V., *Fantasma salvării. Democrație, naționalism, mit în Europa postcomunistă*, Iași, Editura Polirom, 1999.
26. TOURAINE, A., *Critique de la modernité*, Paris, Fayard, 1992.
27. ZAMFIR, E., BĂDESCU, I., ZAMFIR, C. (coord.), *Starea societății românești după 10 ani de tranziție*, București, Editura Expert, 2000.

## COMUNICARE SOCIALĂ ȘI MASS-MEDIA. CONSTRUCȚIA MEDIATICĂ A OPINIEI PUBLICE DELIBERATIVE\*

Dr. NICOLAE PERPELEA, Dr. CAMELIA BECIU  
Dr. VALENTINA MARINESCU, SIMONA ȘTEFĂNESCU

### I. POLIFONIA DISCURSIVĂ A „SPIRITULUI SOCIAL”. REGIMURI DE ANGAJAMENT MORAL ÎN SPAȚIUL PUBLIC

În textul de față încercăm să relevăm perspectivele unei analize pragmatice a conduitelor comunicaționale care reclamă justificarea lor ca evenimente publice. Cercetarea se înscrie în domeniul de obiecte al sociologiei, de aceea de la bun început trebuie să fim atenți la termenul „eveniment”. Aceasta înseamnă că prin comunicare vom înțelege „un eveniment care se produce în lume”, iar nu o strategie de fațadă sau de captare a atenției – așa cum sunt nevoiți să contureze conceptul cei care instituie perspectiva marketingului.

Sunt prezentate<sup>1</sup> exemple din „comunicarea politică” vizibilă în spațiul public românesc și câteva date referitoare la o cercetare bazată pe tehnica *focus-group*. Analiza unor slogane din campania electorală 2000 va releva un interpretant colectiv care procedează conform „principiului carității” versus un constructor de sisteme artificiale de comunicare socială – specialistul în marketing politic – care operează în „limbajul faptelor”.

\* Prezentate sub acest titlu, cele patru texte, semnate de: dr. Nicolae Perpelea, dr. Camelia Beciu, dr. Valentina Marinescu, Simona Ștefănescu, fac parte din programul de cercetare (2000/2001) – *Mass-media și comunicarea socială* din cadrul Institutului de Sociologie „Dimitrie Gusti” al Academiei Române.

<sup>1</sup> Precizări metodologice: **Tehnici de cercetare** folosite: **a.** interviul individualizat și *focus-group*; **b.** analiza tematică a presei locale și centrale; **c.** analiza unor *talk-show-uri* și a „discursului sondajului”; **d.** analiza de caz; **e.** analiza unor discursuri politice și slogane electorale. *Focus-group-urile* din București au fost realizate împreună cu dr. Camela Beciu, iar pentru cel din Timișoara m-am bucurat de ajutorul profesorului Alexandru Petrescu – Universitatea de Vest. Interviurile de grup (*focus*) au fost constituite după următoarele criterii: *Focus* – personal administrativ cu studii postliceale, secretare, funcționari de rang mediu din primării; *Focus II* – meserii private: avocați, stomatologi, manageri, proprietari de firme etc.; *Focus III* – militanți în partide, sindicate, organizații religioase, ONG-uri etc.; *Focus IV* și *Focus V* – studenți, universitari, artiști etc.

**Convenții de transcriere:** Persoană interviuată = P1, 2, 3...; Femeie = Pf, Bărbat = Pb; Sociolog = S; Întreruperea enunțului precedent = In; Întrebare generală, adresată tuturor = Ig; Întrebare adresată de sociolog unei anume persoane = SI-P1,2,3...; de o persoană altelea = PI-P1,2,3...

„Revista Română de Sociologie”, serie nouă, anul XIII, nr. 1–2, p. 85–125, București, 2002

De asemenea, sunt deschise perspectivele unei cercetări care poate aplica *modelul polifonic* și *principiul carității* și la nivelul macro-dispozitivelor de comunicare, cum este cazul televiziunii – genurile televizuale *talk-show* și *reality-show*. În acest caz, ipoteza este că în mass-media românească receptorul colectiv are mai degrabă șanse să întâlnească dispozitive în care se încarnează un limbaj al faptelor relevante, ca urmare a intereselor unor grupuri de presiune, precum și cele ale captatorilor de audiență în scopul vânzării de reclame.

Ieșind dintr-o abordare strict legată de teoria clasică a acțiunii (Weber, Parsons), care insistă pe actor și acțiunea sa, putem încerca elaborarea și testarea unei metodologii, pentru caracterizarea formelor trăite ale angajamentelor în situații critice, din punctul de vedere al exprimabilității publice a argumentelor și probelor justificative. Ne înscriem, astfel, în programul unei *pragmatici expresiviste*, pentru a observa corpul comunicării sociale printr-un model polifonic. Supoziția acestui model este că un enunț izolat face să se audă mai multe voci. Reauzirea lor presupune „să fie descrise în mod sistematic imaginile enunțării care sunt vehiculate prin intermediul enunțului”<sup>2</sup>. Aceasta presupune existența unui interpret care are competența utilizării *principiului carității*. Iată-l deocamdată într-o variantă de dicționar: „dacă multe dintre opiniile noastre sunt coerente cu multe altele, atunci multe dintre opiniile noastre sunt adevărate”<sup>3</sup>.

## 1. COMUNICAREA CA EVENIMENT POLIFONIC

### a. Principiul carității; bunăvoința „interpretului radical” („meritul” comunicatorilor)

Așa cum am argumentat mai în detaliu, în unele dintre lucrările precedente<sup>4</sup>, o perspectivă pragmatică presupune tratarea conceptului de comunicare după modelul acțiunii. Pentru început plecăm de la un model al acțiunii propus de D. Davidson: un eveniment poate fi descris ca o „lume”, în care o acțiune începe, se desfășoară și are un sfârșit<sup>5</sup>.

Exigența acestui model este de a „tranșa în mod cubist”<sup>6</sup> și de a identifica evenimentele cu cauzele. Această teză este în evident conflict epistemologic cu neopozitivismul, care susține că doar *limbajul faptelor* are deplină capacitate informativă și forță referențială cu „partea întreagă”.

O asemenea critică este aceea a lui J. Bennett<sup>7</sup>: conceptul de eveniment este „în mod esențial imprecis și puțin informativ”. Bennett pretinde că o judecată etică nu are ca referință un eveniment, ci consecințele unei conduite, adică faptul că un

<sup>2</sup> O. Ducrot, *Le dire et le dit*, Paris, Minuit, 1984, p. 171–174.

<sup>3</sup> J. Dancy, E. Sosa (ed.), *Dicționar de filosofia cunoașterii*, București, Editura Trei, 1999.

<sup>4</sup> N. Perpelea (coautor), *Construcția simbolică a câmpului electoral*, Iași, Editura Institutul European, 1998.

<sup>5</sup> D. Davidson, *Essays on Actions and Events*, Oxford, Clarendon Press, 1980, p. 179.

<sup>6</sup> P. Ricoeur, *Soi-même comme un autre*, Paris, Seuil, 1990, p. 86.

<sup>7</sup> J. Bennett, *Events and their Names*, Oxford, 1988. Cf. J.-L. Petit, *Oublier l'événement?*, în *L'événement en perspective*, Paris, EHESS, 1991.

agent se poartă „mai curând într-un fel decât în altul”. Așa cum am arătat în alt loc<sup>8</sup>, critica sa este oarecum curioasă. Voi încerca să demonstrez – în limbaj sociologic – că argumentația că Davidson ar fi ocultat atribuirea semnificației acțiunilor unui agent este greu de susținut prin relevarea „poziției cubiste” a acestuia. Ambiția sa normativă ar fi aceea de a ne regla viziunea reprezentând „obiectul moral” nu după cum apare, din punctul de vedere în care suntem, acum, în prezentul conștiinței (aceasta ar fi percepția impresionistă), ci după cum el este, în simultaneitatea tuturor aspectelor sale văzute (ca în teoria relativității) din toate perspectivele.

Într-o modelare specifică „filosofiei aplicate”, Davidson ne propune o metodă de interpretare radicală. Privită din perspectivă sociologică, o astfel de teorie a interpretării este totodată și o teorie a comunicării, întrucât pune problema stabilirii – pe baza enunțului unui locuitor dintr-o altă comunitate care practică un limbaj – a ceea ce cuvintele semnifică și a modului în care putem spune că împărtășim aceleași credințe cu acea comunitate<sup>9</sup>.

Desigur, este o platitudine să insiști să arăți că legătura semantică dintre cuvinte și lucruri este convențională. Mai ales sociologii sunt tentați să creadă că negarea acestor platitudini este un act, care îi poate trece prin cap doar unui filosof. Davidson nu spune însă că noțiunea de *semnificație convențională* este inutilă, ci doar că nu se poate face un contrast net între ceea ce este și ceea ce nu este convențional, precum și între ceea ce este de relevat din observarea intențiilor (sau atitudinilor psihologice ale cuiva) și ceea ce relevă sensul cuvintelor. Dar cum mai este atunci posibilă comunicarea? Așa cum vom vedea, soluția lui Davidson consistă în introducerea principiului carității. Dar să vedem mai întâi în ce termeni apare această problemă în tradiția sociologică.

În accepția lui Schutz: noi nu putem niciodată să accedem în mod direct la experiența altuia, altfel decât ca *act de interpretare* care este în mod esențial distinct de ceea ce este interpretat. Chiar relația de „față în față” – un caz este chiar acela când „îmbătrânim împreună” (!) –, nu împiedică faptul ca „durata altuia” să ne devină semnificativă doar prin intermediul propriei cunoașteri pe care o avem despre el. După P. Pharo<sup>10</sup>, în felul acesta, Schutz subliniază doar dificultățile comprehensiunii intersubiective în manieră weberiană, dar propria sa soluție nu este decisivă deoarece „postulatul de adecvare” (între interpretări) pe care el îl

<sup>8</sup> Nicolae Perpelea, *Corpul comunicării provocat. Modele sociologice ale pragmaticii expresiviste*, București, Editura Expert, 2002.

<sup>9</sup> Mai amănunțit: când interpretăm discursul altuia, marea problemă nu este aceea a cunoștințelor efective care sunt puse în joc, ci una de natură *normativă* – *ce ar trebui* să cunoaștem pentru a interpreta. Atunci când investigăm un limbaj **L** (limbaj-obiect), elaborăm o teorie semantică **TS**. Aceasta funcționează ca un metalimbaj în care putem să decidem pentru care fraze din **L** limbajului nostru **T** are deja învățată o semantică). O interpretare radicală presupune să considerăm doar ca pe o convenție faptul că frazele metalimbajului nostru semnifică același lucru cu acelea din **L**. Trebuie să vedem *de ce merită* și pe baza cărei autorități putem să facem astfel de atribuiri de „semnificații comune”.

<sup>10</sup> P. Pharo, *Le sens de l'action et la compréhension d'autrui*, Paris, Harmattan, 1993, p. 24–30.



introduce nu ocrotește interpretul de arbitrarul interpretării conștiinței sale solitare de natură fenomenologică.

În fine, Roger Trrig prezintă o analiză în care susține, pe bună dreptate, că Weber și Schutz nu se deosebesc prea tare în delimitarea funcțiilor discursului sociologic, deoarece nu se concentrează pe semnificația umanului doar pentru a-l trata cu prioritate ca individual. Și în cazul lui Schutz, și în cel al lui Weber, constrângerea că „științele sociale nu pot spune mai puțin decât putem noi înțelege prin studiul indivizilor”<sup>11</sup> conduce la postularea unui soi de „proprietăți emergente”. Aceasta nu înseamnă însă că societatea trebuie concepută ca un „obiect” la care putem face referințe din exterior: „spiritul unei națiuni”, „spiritul unei vârste”, „îngrijorarea unei familii cu privire la sănătatea mamei” etc.

Să luăm drept exemplu ultima „unitate social-umană” menționată mai sus. Din punct de vedere sociologic, cercetarea atitudinii de îngrijorare, exprimată într-o conversație, este o descriere a modului în care „fiecare” membru al familiei este îngrijorat. Nu se poate face o distincție între obligațiile morale ale „membrilor” și cele ale agentului colectiv numit „familie”. Trrig nu analizează acest caz, dar, pe urmele lui Weber, susține că la nivelul unor corporații se poate face o diferență precisă între obligațiile acestora și acelea ale angajaților săi. Cu alte cuvinte, legea se poate raporta în mod diferit la individ și la instituție, dar sociologia nu poate face acest gen de distincție. Rezultă oare de aici că înțelegerea acțiunilor presupune descoperirea semnificației conferite în mod separat de indivizi și că există cazuri – cum este „îngrijorarea familiei” – care ar putea fi înțelese chiar când sunt desprinse de situația socială? Acest gen de întrebări capătă o conceptualizare specială în modelul propus de Davidson. Să revenim deci la problema inițială pentru a vedea avantajele acestui model.

Pentru început o susținere vagă: noi nu interpretăm doar conținuturile și semnificațiile expresiilor lingvistice, ci și „conținuturi de gândire”. Aceasta înseamnă a atribui altuia și nouă însuși *atitudini propoziționale*, cum sunt credințele, dorințele sau speranțele. Întrucât aceste atribuiri se fac în limbajul natural, Davidson propune să îndreptăm analiza spre ceea ce face „psihologia populară”. Adică spre acea „schemă ordinară de explicație”, pe care o folosim pentru a ne interpreta semenii. Ca urmare, trebuie să realizăm o descriere intenționalistă a comportamentelor: a raporta acțiunile la idiomuri psihologice – a crede, a dori, a se îndoii, a prefera, a exprima opinii, a pune la încercare, a vrea etc. Cu alte cuvinte, atunci când comunicăm aplicăm un soi de „teorie comună a acțiunii”<sup>12</sup>, pentru a înțelege, a explica și a prezice comportamentele mutuale. Nu începem deci cu noțiunile învățate în manualele de psihologie și sociologie, ci cu termenii psihologiei populare – așa cum aceștia apar în formele de viață cotidiană. Dar pe baza căror principii și „date” putem descrie conținutul atitudinilor postulate de psihologia populară? Aceasta s-ar putea face în baza unui principiu holist și normativ – „principiul carității” – care presupune o interdependență între credințe

<sup>11</sup> R. Trrig, *Înțelegerea științei sociale*, București, Editura Științifică, 1996, p. 68.

<sup>12</sup> Această caracterizare îi aparține lui J. Dubucs, *Omniscience logique et fictions cognitives*, în D. Andler et al. (eds.) *Épistémologie et cognition*, Liège, Mardaga, 1992.

(ale locutorului) și semnificații (ale enunțurilor locutorului). O precizare însă: acestea nu sunt acelea pe care le „știe” el însuși, ci acelea cum le „știe” interpretul! În consecință, o procedură de „interpretare radicală” pe baza principiului carității ar trebui să permită să se determine simultan:

1. credințele și dorințele membrilor unei comunități culturale;
2. condițiile de adevăr ale acestor enunțuri.

Acum intervine însă aspectul cel mai delicat al unui program de cercetare a comunicării: această interdependență trebuie să fie definită într-un sens suficient de slab pentru că altfel – pentru a produce o „regularitate în timp, nu doar acord la un anumit moment” – locutorul ar putea găsi că nu prea merită să se străduiască „să intenționeze ca alocutorul să interpreteze cuvintele lui așa cum intenționează locutorul și să aibă un motiv adecvat pentru a crede că alocutorul va reuși să-l interpreteze după cum dorește”<sup>13</sup>.

De aici derivă *exigența principiului carității*: să facem în așa fel încât – dacă, de exemplu, vrem să construim o teorie a interpretării despre credințe cum sunt cele care apar în evenimente de comunicare asemănătoare celui descris mai sus prin expresia „îngrijorarea familiei” – cea mai mare parte a credințelor pe care le atribuim să fie acte de enunțare, pe care noi înșine le considerăm ca adevărate. Se evită astfel o dublă divergență ideologică: 1. divergența conceptuală și 2. divergența doxastică (ansamblul credințelor).

A avea o înțelegere cum este cea invocată mai sus presupune că putem să identificăm credințele altcuiva, specificând în limbajul nostru condițiile lor de adevăr. Dacă credințele pot fi exprimate în limbajul nostru, atunci putem să limităm divergența doxastică aplicând un principiu normativ, cum este cel al carității. Cum noi înșine suntem înclinați să ne atribuim credințe adevărate, atunci putem să începem prin a maximiza credințele adevărate atribuite celuilalt.

Așadar, principiul carității face pertinentă supoziția, că în fiecare comunitate reflexivă și conceptuală se manifestă un joc de limbaj al unui *interpret omniscient*. Trebuie însă să precizăm că este vorba doar despre o ficțiune euristică, în care se admite că interpreții nu se înșeală semnificativ în privința înțelesurilor expresiilor, imaginilor și stărilor mentale, care le cauzează credințele pe care le au și/sau pe care le atribuie celorlalți. Să introducem însă o viziune scepticistă: nu cumva acest holism lasă deschisă posibilitatea unei *folie à deux*, deoarece am putea întâlni situația în care ceea ce spune vorbitorul este luat în descripțiile interpretului ca adevărat – potrivit principiului carității –, dar care poate să fie totuși, în general, fals.

Nu cumva aceasta înseamnă că tocmai „în și prin” comunicare se produce în mod inevitabil o indeterminare a interpretării? Dar intuiția existenței acestei indeterminări (e mai bine să pui răul în față?) ne poate îndemna să-i dăm caracter de afectivitate. Această construcție virtuală a indeterminării se încarnează în limbajul comunicatorilor sub forma acelor enunțuri – despre care putem zice că ei

<sup>13</sup> D. Davidson, *Comunicare și convenție*, p. 93, în Angela Botez (ed.), *Realism și relativism în filosofia științei contemporane*, București, Editura DAR, 1993.

le preferă – adevărate. Asemănător cumva modului prin care – într-un pariu obișnuit – se anunță că există o bază pentru formularea unui grad de certitudine. Când zic, de pildă, că Steaua are șanse 60% să bată pe Dinamo, atunci nu exprim doar credințele și semnificațiile mele, ci și preferința și dorința mea ca Steaua să câștige. De aici decurge însă o paradoxală creștere a bazei empirice a metodei de interpretare deoarece, prin constatarea că există preferințe și dorințe, dispunem și de o „informație” verificabilă prin condițiile ei de adevăr. Un „interpret radical” (*radical interpreter*) poate presupune nu numai că eu „prezint” anumite enunțuri „ca adevărate”, ci că „le țin ca adevărate” la un anumit grad.

Ca „interpret radical” manifest deci un soi de bunăvoință față de un predicat psihologic: trăsăturile de caracter ale unei persoane, înțelesul universal al unui enunț enciclopedic ca „tăcerea e de aur” sau o deviză etică. Totul se petrece ca și atunci când, încrezători în contrafactualitatea lucrurilor, îi atribuim cuiva un merit. Faptul că mă gândesc că interlocutorul meu actual sau generic poate formula un grad de probabilitate este o bază empirică paradoxală, care îmi permite să fac inferențe etice. Atitudinile noastre propoziționale devin interdependente, întrucât apare în mod explicit faptul că nu pot în nici un fel să descopăr că partenerul se înșală, în mare, asupra lumii. De exemplu, „pe bune?” din (1) îi reconstruiește vorbitorului B poziția de a fi din nou „la rând” pentru a institui o progresivitate a întâlnirii. El nu are decât două soluții: sau să aleagă („da”, „nu”, „lasă-mă în pace!”) – deci să recunoască o poziție agentivă (1.1), sau să se joace cu absurdul pentru a-l inspira pe Eugen Ionescu (exemplul 1.2):

- |                                |                              |
|--------------------------------|------------------------------|
| (1.1) A: Doriți cafea?         | (1.2) A: Doriți cafea?       |
| B: O cafea m-ar împiedica...   | B: O cafea m-ar împiedica... |
| A: Pe bune?                    | A: Pe bune?                  |
| B: „Pe bune” (o cafea m-ar...) | B: O cafea m-ar împiedica... |

După acest ocol, să revenim pentru a vedea în ce fel un program evenimentialist ne înlesnește posibilitatea de a face interpretări pe baza unei etici a responsabilității. Mai întâi, ni se relevă posibilitatea de a decide când avem de a face cu un proces conversațional complet, aplicând principiul carității. Altfel, cum am reuși să decidem că partenerii de mai sus „nu se înșală masiv”? Dacă – fiind observatori la persoana a III-a – putem constata că, în mare, ei vorbesc despre aceeași suită virtuală a faptelor (că o cafea este substanța cutare, că are proprietăți antidormitive, că există un subiect în carne și oase care vorbește...), atunci putem să atribuim și lui B o poziție agentivă. Oricâtă pierdere de informație (subdeterminare semantică) ar induce enunțul său, el nu poate contesta că: „s-a găsit a avea o intenție” / „și-a format o intenție” / „a avut o dorință” / „a avut o credință”. Cel puțin una dintre ele este suficientă, pentru a recunoaște implicit că poziția sa în timp a fost un act la persoana I. Or, a-ți descrie o mișcare ca act înseamnă a mărturisi că nu era vorba doar de o mișcare instinctivă a buzelor, ci că ai făcut ceva cu responsabilitate. Așadar, referitor la acest exemplu, concluzia ar fi că B se străduiește să scape de

„agentivitatea” la care l-ar obliga o „situație (externă) de comunicare” la care el nici în vis nu consimțea să atașeze un „contract de comunicare”.

Ipoteza care s-ar desprinde din această concluzie ușor ilară cu privire la cele două persoane ale conversației despre (!?) este că o asemenea structură evenimentială se regăsește și la nivelul a ceea ce am putea numi macro-evenimente conversaționale. Mă refer în primul rând la *talk-show*-urile din mass-media. Nu sunt oare acestea un bun prilej pentru personalul politic, de a se deroba de responsabilitatea agentivă la persoana I, prin inculcarea persoanei a III-a (observatorul extern, „telespectatorul reflexiv”) unui limbaj de descriție-interpretare de natură psihologistă și contextualistă? Mai clar, limbajul faptic prin care se detaliază cauze și condiții ca ofertă de reconstrucție într-un „totum” de echivalențe, ca și hiperaccentuarea caracteristicilor psihice ale persoanei politice și/sau ale mediului său de lucru conduc la o disoluție – în ochii privitorului și evaluatorului politic de la televizor – a „eu-lui” (care se angajase în perioada electorală) într-un „eu-factual”. Printr-o astfel de diluare a responsabilității eului agentiv în faptivitate el nu face însă decât să justifice că nu poate să-și joace rolul întrucât se află „sub vremi”.

Conceptul de „eu” utilizabil aici nu surprinde decât o relație strategică între actor și mediu. În mod tacit se sugerează că mai curând „mediul” este „vinovat”. Dar dacă un „agent” pretinde că a avut întotdeauna o formă de angajament responsabil în lume, atunci nu cumva „eu” și „mediul” au o serie de „proprietăți” comune?

Ipoteza pe care o putem introduce, în vederea analizei acestor cazuri, este aceea că „persoanele obișnuite” percep printr-o „emoție informativă” că justificările devin convenționale. Se spune că „se vede cum” legitimitatea și generalitatea – adică tocmai caracteristicile definitorii ale unui argument – sunt exprimate într-un limbaj al intereselor survenite prin presiuni „oficioase” (discursurile medio-politice). În consecință, în anumite situații pragmatice, aceste persoane au serioase dificultăți în a-și exprima starea cognitivă și sentimentele autentice cu privire la acea problemă controversată. Această percepție a existenței unei „comunicări problematice” se traduce fie prin „slăbiciunea voinței”, fie printr-o contestare lacunară din punctul de vedere al expresiei cognitiv-verbale, dar agasante ca trăire emoțională. Fac deja aici o primă observație privind tehnica de a produce o astfel de situație, unde persoana care povestește sau argumentează ceva este nevoită să basculeze dintr-un limbaj de lemn – preluat din discursurile medio-politice – într-unul ce-i exprimă adevărata concepție și trăire emoțională. Să cădem de acord să dăm acestei proceduri numele de tehnică a secvenței scurte.

Înscrierea unui subiect într-un astfel de „caiac-canoe” al interviului comprehensiv se poate executa, de pildă, prin jucarea unei îndoieli („Eiii, chiar așa?..”) care zdruncină tabloul oficios sau idilic pe care interlocutorul îl desenează auditoriului. Uneori această „secvență scurtă” se poate produce prin percepția unui zâmbet ironic al celorlalți participanți la *focus-group* sau chiar de la sine. Astfel, în Focus II interlocutoarea se oprește singură – poate că fiind plictisită să explice

„ascensiunea lui C.V. Tudor” unui public care avea cam aceleași păreri și competențe explicative! – și afirmă că „de fapt, pe noi nici nu ne interesează turul I...”<sup>14</sup>.

Variația pragmatică a valorilor trăite nu poate fi înțeleasă convenabil, doar într-un model weberian care suferă de maniheismul opozițiilor public-privat, colectiv-individual, național-local etc. Pentru a „măsura” această pluralitate radicală a valorilor, trebuie să specificăm angajamentele pe care indivizii concreți le resimt atunci când „probează” stabilitatea mediului, dar și când diversele configurații ale acestuia îi încearcă emoțiile, stările cognitive și abilitatea procedurală. Ajunși în această problemă, putem trece la observarea modului în care funcționează principiul carității în modelul polifonic.

### **b. Polifonia discursivă**

Termenul „polifonie” a fost elaborat de M. Bahtin pentru a arăta că în toate categoriile de texte există mai multe voci care vorbesc simultan. Exemplul său preferat este literatura populară, în care, în opoziție cu literatura clasică sau dogmatică, întâlnim o adevărată „mascaradă” (în sensul că autorul ia pe rând mai multe măști). Spre deosebire de M. Bahtin – deși voi lua în calcul îndeosebi corpusul „scriiturii politice populare” (conversații cotidiene, vociferări, interpelări, telefoane date în timpul emisiunilor radio-tv, slogane și desene pe ziduri, scrisori de reclamație, interviuri cu persoanele obișnuite etc.) – „polifonie” nu va fi considerat doar ca o „carnavalizare” (Bahtin) a suitei de enunțuri. Spunem că prin această „suită” se încarnează o identitate narativă<sup>15</sup>.

Aceste precizări sunt necesare nu numai pentru lectorul care urmărește consistența suportului teoretic al analizei de aici, dar și pentru a ne diferenția de „tehnica” unor „analști de discurs” care doresc să facă interpretări rapide ale unor enunțuri publice. Mă refer, mai ales, la acei analști politici și ziariști care – ca să iau un prim exemplu – se grăbesc să analizeze „pe rând” slogane ale unor partide politice pentru a da verdicte cu privire la „efectele” lor în campaniile de marketing. Așa cum voi arăta, nu numai că trebuie să vorbim de un intertext (hipertext) global, format prin interacțiunea acestor enunțuri, dar chiar fiecare dintre ele presupune un interpretant intern care „aude” mai multe voci.

Să luăm, de pildă, șapte slogane din campania electorală din noiembrie 2000:

1. „Singuri pentru Europa, singuri împotriva stângii” (CDR 2000);
2. „Aproape de oameni, împreună cu ei” (PDSR);
3. „Eu nu vin la putere, eu vin la muncă. Cine are curaj, merge drept la țintă” (PNL + T. Stolojan);
4. „Viitorul începe cu tine. Încredere în fiecare, șanse pentru toți” (PD + P. Roman);

<sup>14</sup> Întemeierea teoretică a acestei tehnici necesită o analiză mai sofisticată. Vezi, de exemplu, obiecțiile la adresa reprezentationalismului și etnometodologiei. Cf. N. Perpelea, *Corpul comunicării provocat*.

<sup>15</sup> În același fel poate fi înțeles și W.I. Thomas. El povestește că l-a întrebat odată pe un țaran dacă poate să spună „până unde se întinde o «ocolică» (vecinătatea)”. Acesta ar fi dat următoarea definiție socială: „Merge atât de departe cât se mai vorbește de acel om”.

5. „Viitorul tău e grija mea. Muncă cinstită, bine plătită” (APR + T. Meleşcanu);
6. „Programul Isărescu este singurul românesc, valoros, eficient, realist, european. Convinge-te, merită!”;
7. „Jos mafia, sus Patria” (PRM + C.V. Tudor).

Cum se construiește referentul modelului care ne permite să descifrăm aceste enunțuri? Un răspuns ni se ivește pornind de la analiza modului în care se accentuează una sau alta dintre cele două dimensiuni ale limbajului: designativă și expresivă.

Atunci când ne construim interpretarea pornind de la o analiză „pe rând” a enunțurilor, vorbim despre dimensiunea designativă a limbajului comunicării (semnele puse în joc sau create spun un lucru despre un alt lucru). Este și cazul dispozitivului comunicațional din mașina mentală a unui animal. Acesta nu recunoaște ideea de „hedonism” sau de „politicianism”. Totuși, se poate dresa un papagal să reacționeze diferențiat, la semnale care indică variații în conduita unui emițător: să ciripească în funcție de stimulii auditivi proveniți de la o gură desenată într-un clip pentru publicitatea unui ruj; să se înfoaie când „aude” schimbările de ton dintr-o dezbatere politică televizată. El nu face însă decât să reacționeze la „conținuturile comunicării”: să-i „placă” anume sunete, să se înfricoșeze în privința unei anume relații între o culoare și un ritm al mișcării ochilor etc. Am putea să spunem că papagalul este propriul său Dumnezeu. Pentru a fi „hedonist” sau „elector cinic”, el nu are nevoie să contrasteze „datele” recepționate cu alte familii de proprietăți.

Prin dimensiunea expresivă, limbajul servește pentru a exprima sentimentele realizate în procesul comunicării, nu prin faptul de „a vorbi despre” ele, ci prin încarnarea lor în dispozitive prin care devin direct disponibile vederii tuturor membrilor familiarizați cu „gramatica” spațiului public respectiv. Prin „direct disponibile” nu trebuie să înțelegem, în acest caz, că ele nu pot fi enigmatice, fragmentare sau disimulate. Este doar vorba de faptul că nu le putem contrasta cu un alt mod de prezentare, care ar releva că pot fi manifestate într-un mod mai direct și „non-expresiv”.

Pentru a înțelege mai precis această problemă a „succesivității efectelor” să revenim la ipoteza lui Bennett. El pretinde că o judecată etică nu are ca referință un eveniment, ci consecințele unei conduite, adică faptul că un agent se poartă „mai curând într-un fel decât în altul”. Dar un astfel de model, care lucrează numai cu dimensiunea designativă a limbajului, are consecințe perverse atunci când pătrunde în explicații cu larg caracter propagandistic. Aceasta este procedura interpretativă a unui analist politic sau aceea a specialistului în marketing. Din „rațiuni profesionale”, ei sunt nevoiți să calculeze „raporturi optime” (față de eventualele „efecte perverse” sau din punct de vedere al costurilor financiare ale campaniei). Astfel, vor putea zice: sloganul 1 va avea efect asupra celor conștienți de importanța „ochiului public european” și de necesitatea unui „joc parlamentar cu o opoziție democratică de dreapta”; sloganul 2 și 5 sunt bune „ca să atragă pe cei ce se tem de inițiativa privată și vor un paternalism politic” etc.

În calitatea noastră de persoane obișnuite, nu ne construim însă intenția de vot în funcție de aceste efecte scontate, ci printr-un soi de re-reprezentare a „dialogului intern” dintre aceste enunțuri. Desigur, un asemenea hipertext (= rețeaua semantică<sup>16</sup> existentă prin operele de metafizică politică + doctrinele și discursurile politice + enunțurile „persoanelor obișnuite”) funcționează doar în acel tip de colectivitate umană în care se va fi înstăpânit deja o procedură de vizibilizare semantică a ei înseși ca un „conținut”. Ceea ce într-un limbaj metaforic apare prin expresia „momentul în care colectivitatea se dă ea însăși la văzut”<sup>17</sup> este în realitate un moment de revelație<sup>18</sup> a existenței unui spațiu public.

În acest sens, spunem că se formează un discurs social poliadic. Acesta poate fi înțeles în sensul unei capacități de a opera un colectiv, pornind de la multiplu, în baza unei comunități de interpretare. Dar trebuie să vedem în acest discurs o acțiune, iar nu un compozit de rutine sociale și acte de interpretare.

Cu alte cuvinte, discursul social poliadic nu este o hidră lingvistică dotată cu șapte capete care stau la pândă pentru a mușca enunțurile non-convenționale. Așadar, în exemplul de mai înainte (cele șapte slogane politice), discursul social nu trebuie considerat ca juxtapunere de „acte de interpretare”. Această eroare provine din supoziția că orice comprehensiune stă pe un act de interpretare. Introspecțiile noastre naive ne relevă că de fiecare dată când înțelegem ceva, înțelegem „așa”, și nu „altfel”; că mereu este posibilă o interpretare distinctă. De aici se ajunge însă la ideea eronată că există o etapă logică aparte, un act de interpretare distinct care acompaniază orice comprehensiune normală<sup>19</sup>.

## 2. REGIMURI DE ANGAJAMENT ȘI EMOȚII MORALE ÎN SPAȚIUL PUBLIC. ROLURILE COMUNICAȚIONALE ALE „CETĂȚEANULUI PSIHO-COGNITIV”

### a. O ofensă publică: absența emoțiilor

Am văzut, așadar, cum se lucrează cu o procedură de analiză utilă celui specializat în marketing-ul politic. Ca sociologi ne interesează însă condițiile de posibilitate ale unui model normativ-expresivist. Cei care susțin că „spiritul social” ar funcționa doar în modul strategic antrenează – mai mult sau mai puțin voit – o concepție relativistă privind moralitatea strategiilor politice. Aceasta duce la

<sup>16</sup> De ex., „probele” din rețeaua semantică a „cetății” opiniei (re numelui) sunt prezente atât în opera lui Hobbes, cât și-n sfaturile din „cărțile de marketing politic” de uz popular sau în comentariile analiștilor politici de duminică. Iată o *listă cu descriptori*: a fi ascuns (suspect), a stârni indiferența, a fi uitat („Pe Petrică l-a cam uitat APACA”), a nu mai avea receptivitate, a avea imaginea deteriorată, estompată etc.

<sup>17</sup> J. Widmer, *Langues et configurations de l'espace public*, Paris, Hermès, 1996, p. 19.

<sup>18</sup> De aceea, prin observarea acestor procese socio-discursive vizăm o descriere a modurilor de încarnare a *sensului* în discursuri, *valoarea informativă* a enunțurilor trecând pe locul doi.

<sup>19</sup> O eroare asemănătoare este găsită și de Searle, în domeniul științelor cognitive, când acestea susțin că de fiecare dată (dacă – atunci când privim un arbore dintr-o anumită parte – noi știm că arborele are o latură în spate) facem o inferență. „Nicidecum, afirmă Searle, ceea ce se petrece, în mod simplu, este că noi privim arborele ca un arbore adevărat”<sup>19</sup>. Cf. *La redécouverte de l'esprit*, Paris, Gallimard, 1992, p. 259.

pierderea din vedere a dimensiunii antropologice a acțiunii sociale. Or, importanța acestei dimensiuni nu decurge doar dintr-un soi de „perspectivism metafizic” (cu grijă îngăduit de adepții „realismului calculului interpretativ”). Această grijă este „strategică” deoarece ne îndepărtează de o tematizare, în termeni publici, a ideii că există divergențe morale inacceptabile.

Ne putem astfel întreba – ca să revenim la exemple – dacă nu cumva enunțul din sloganul CDR („Singurii care...”) a produs o astfel de disfuncție în această rețea semantică polifonică. Astfel, în cercetarea noastră am observat că în interviurile de grup (îndeosebi în Focus I, IV, V) se exprimă un sentiment de agasare față de un asemenea enunț: „o obrăznicie” – cam astfel apar caracterizările făcute de interlocutorii din aceste grupuri, „nu trebuie eu să stau lipită de afișele Convenției ca să fiu «de dreapta»”, declară altcineva într-un interviu individual. Și mai violentă a fost expresia emoțiilor în legătură cu sloganul „Cu stânga nu-ți poți face nici măcar cruce. Să nu zici că nu ți-am spus!”. Iată, așadar, aici un bun exemplu de „eficiență instrumentală” a calculelor făcute de unii specialiști în marketing politic. Să fi scăpat ei oare din vedere că spiritul „simplului cetățean” nu este totalmente „formatat” prin discursurile politice de tip marketing, adică nu acceptă acele incitări la divergențe morale radicale?

Așa cum vom vedea, procedura cea mai puternică de publicizare este vizibilizarea absenței emoțiilor. Astfel, absența invitatului la o reuniune publică sau identificarea absenței emoțiilor este percepută ca o ofensă a sensului uman comun. Chiar de la un moderator de *talk-show* se așteaptă o „reacție emoțională”. De pildă, în campania electorală din noiembrie 2000 s-a putut observa o interesantă „reacție” (scurtarea duratei licenței de emisie pentru postul de televiziune Tele 7 ABC cu șase luni) a membrilor Consiliului Național al Audiovizualului (CNA) la „lipsa de reacție a moderatorului (Diaconescu) în cadrul emisiunilor din 9, 10 și 15 noiembrie”. În aceste emisiuni – ca și în majoritatea scenelor conversaționale penibile care puteau fi văzute între invitații acestui *talk-show* – moderatorul lăsase invitații „să se dea în spectacol”, înfățișându-se ca un simplu „corespondent de presă” însărcinat să prezinte lucrurile „cât mai autentic”<sup>20</sup>.

Este interesant de observat că îndeosebi interlocutorii din Focus III interpretează această problemă, prin referință la „cadre politice” (cei mai mulți au văzut în „reacția CAN” o simplă măsură punitivă contra politicii tacite a postului de televiziune). Doar în Focus IV și V – despre care voi vorbi ceva mai departe –

<sup>20</sup> În interviul de grup (*Focus III* – militanți politici și sindicali, reprezentanți ai unor ONG-uri) pe care l-am realizat în ziua de 21 nov. 2000 – imediat după „reacția CNA” – am pus această problemă, dar am putut constata că nici măcar aceia care urmăriseră emisiunile în „mod sistematic” nu-i acordaseră vreo semnificație morală directă. Discuțiile s-au aprins însă, când una dintre interlocutoare (fostă ziaristă, iar în acel moment activă într-un ONG) a făcut remarcă: „să zicem că noiăștia din ONG suntem cât de cât obișnuiți cu chestia asta, dar dacă te apuci să faci un seminar numai cu jurnaliști... ai să vezi că se transformă într-o conferință de presă. (...) Cum e asta oare (referința este la *Tucă-show*), îi pui unuia o întrebare, apoi te întorci cu scaunul și-i pui și celuilalt o întrebare?”.



apare ca referențial interpretativ ideea unui „cadru moral” independent de interesele politice.

### **b. Un regim de angajament pentru personalități morale amorfe**

Ipoteza pe care o susținem în continuare este aceea că „persoanele obișnuite” din modelul nostru de analiză se manifestă prin mai multe tipuri de personalitate morală.

Într-un sens general, prin termenul *mod de angajament* sunt desemnate cadrele sociale care determină tratamentul reciproc dintre ființele umane și mediul natural și artificial. În cercetarea de față utilizăm un concept elaborat de sociologii francezi L. Boltanski și L. Thévenot<sup>21</sup>. Aceștia utilizează când termenul de „artefact moral-politic”, când pe cel de „regim al criticilor și justificărilor publice”. Întrucât analiza de aici se bazează pe o concepție a puterii à la Foucault, propunem termenul de „regim de angajament”.

Un *regim de angajament* este un ansamblu de convenții, norme, dispozitive și operațiuni care articulează: **a.** o orientare spre *realism* (definiția acordurilor colective prin limitele negative – permanenta tentație de a reactualiza garanții care ne fac să ne racordăm unei activități publice) cu; **b.** o orientare spre un *bine public* care ghidează operațiunile de evaluare care ne permit să stopăm mișcările de revizuire și de retur la realitate.

*Regimurile de angajament:* **1.** garantează existența unui *spațiu de calcul* în raport cu lumea (cazul agenților care resimt un decalaj față de „limbajele de lemn” ale autorităților moral-politice cu care erau familiarizați) și **2.** canalizează *neliniștea etică* și emoțională a persoanelor care – în funcție de „oportunitatea acțională” – trebuie să confere realizabilitate psihologică mai multor tipuri de personalitate morală.

Tipurile de personalitate morală corespund diferitelor regimuri pragmatice. Trăim, cu alte cuvinte, basculând între exigențele mai multor regimuri pragmatice de argumentare și justificare ale propriilor acțiuni și ale altora.

Această aserțiune presupune un model etic bazat pe *principiul realizabilității psihologice*. Iată enunțul acestuia la O. Flanagan<sup>22</sup>: atunci când se construiește o teorie morală sau se proiectează un ideal moral, trebuie să se asigure că – „pentru ființe obișnuite ca noi” – caracterul, tratamentul deciziilor și comportamentele prescrise sunt posibile sau cel puțin percepute ca posibile.

Un model bazat pe acest principiu înglobează ideea de „exelență morală”, dar respinge exigența ca un individ sau grup excelent din punct de vedere moral să posede toate virtuțile. Rațiunea, invocată de eticianul american este că unele calități cerute de o „listă completă morală” sunt incompatibile și se anulează mutual: verva, îndrăzneala și curajul fizic versus serenitatea, tactul și pacifismul. Așadar, ipoteza care trebuie să ne ghideze construcția modelului de analiză este că o persoană

<sup>21</sup> L. Boltanski, L. Thévenot, *The Sociology of Critical Capacity*, „European Journal of Social Theory”, 1999, 2(3); L. Boltanski, L. Thévenot, *De la justification. Les économies de la grandeur*, Paris, Gallimard, 1991; L. Thévenot, *Which road to follow? The moral complexity of an «equipped» humanity*, în L. Mol (ed.) *Complexities in Science, Technology and Medicine*, Duke U.P., 2000.

<sup>22</sup> O. Flanagan, *Psychologie morale et éthique*, Paris, PUF, 1998, p. 42.

ocupă un loc natural într-un regim pragmatic, dacă are deschis accesul la toate stările etice virtuale: inatenția morală, oboseala critică, epuizarea morală, curajul moral extreme.

Vom exemplifica analizând rolurile comunicaționale ale „cetățeanului psihocognitiv”.

Uneori indivizii rămân indiferenți – în sensul că nu caută să identifice „principii de justete” sau evită litigiile și deci nu participă la „treburile cetății”. Să numim acest tip cu termenul individ psihocognitiv.

Un exemplu este acela al „indiferentismului politic”. Dar această situație nu trebuie să se confunde cu „decizia de a nu avea o intenție de vot”. Dacă în primul caz vorbim de absenteismul politic (la vot) – aceasta este o apatie electorală iresponsabilă –, în cel de-al doilea avem un abstenționism – o neparticipare activă, în sensul că se transmite o „informație politică” (de ex., că personalul politic nu este capabil să construiască o motivație diferențiată).

Putem operaționaliza un act comunicațional prin două dimensiuni contractuale<sup>23</sup>:

1. un *contract situațional*: indivizii presupun existența între „protagoniști” a unui echilibru convențional, fapt care le creează apetența pentru o finalitate comună („Suntem aici pentru a vorbi despre ceva”);

2. un *contract comunicațional*: convențiile care constrâng partenerii la un minimum de continuitate a rolurilor comunicaționale și procedurilor de a schimba semne („Suntem aici pentru a vorbi cumva”).

Întâlnim aici distincția propusă de Bourdieu<sup>24</sup> între proiect și protensiune: 1. viitorul-proiect (ceva care poate să se întâmple sau să nu); 2. viitorul ce va să vină (intenția comunicațională este cvasiprezentă: rolurile comunicaționale sunt „aprezentate” în raportul de credință cu dispozitivele de comunicare percepute).

Conform soluției lui Bourdieu, unele comportamente de comunicare sunt *pseudo-protensive*. „Psihocognitivul” se simte adesea obligat să aibă propria sa opinie, „uitând” – așa cum au relevat psihanalizii<sup>25</sup> – că nu fac altceva decât să repete părerea autorizată a altei persoane. O lectură fizionomică poate constata acel „sunt în întregime în treaba lor”, „știu în întregime ce e de făcut”. În realitate, continuitatea rolurilor comunicaționale are o natură amorfă, indivizii mulându-se mecanic pe „opinia reținută” (vezi definiția anterioară) în grupurile de expectanță („verișori”, știri din mass-media, vedete și analiști televizuali etc.).

Corespunzător noțiunilor din modelul lui Boltanski și Thévenot, putem utiliza denumirea de *regim fără grandoare*. Un caz este acela în care nu se manifestă apetența de a susține (sau critica) proiecte publice, prin formarea unor structuri argumentative capabile să se „ridice în generalitate” (Thévenot). Criticile și justificările nu se fac dintr-o postură reflexivă, a cărei protensiune se înscrie în

<sup>23</sup> Acest model este propus de P. Charaudeau. Pentru detalii, vezi N. Perpelea, *Corpul comunicării provocat... op. cit.*

<sup>24</sup> P. Bourdieu, *Rășuni practice*, București, Editura Meridiane, 1999, p. 115.

<sup>25</sup> E. Fromm, *Fuga de libertate*, în *Texte alese*, București, Editura Politică, 1983, p. 243–327.

orizontul unui aviz universal (de ex. „spectatorul imparțial” – A. Smith; „altul generalizat” – Mead) și/sau principiu de grandoare. Apar frecvent interpelări publice, dar acestea sunt cauzate doar de acel tip de expresii emoționale, care se pot încarna în dispozitive inductoare de efecte de voyeurism. Așa cum arată sociologii care au analizat narcisismul meta-televizual, prin „iluzia meta-reflexivă” se produce o credibilitate necesară canalelor comerciale, pentru a vinde audiență producătorilor de reclame. Menționez că prin „reclamă” fac referință atât la cea comercială (săpunul Liruel e mai „beatles”, cât și la cea specifică marketing-ului politic (sondajul IFSOPR e mai fiabil; persoana politică Cutare are o „image mai bună”).

Dacă în primul caz se comercializează o nostalgie romantică („muzica asta rock nu mai e ca-n anii ’70”), în cel de-al doilea se re-vinde iluzia unei *sofisticări politice personale*, aceea căpătată la *talk-show*-urile politice de la prânzul de duminică.

Situații asemănătoare „persoanei stânjenite” descrise de Fromm apar în interacțiunile create prin *focus-group*. Aici tensiunea apare când se pune problema definiției comune a unei situații. „Psiho-cognitivul” folosește adesea sintagma „am văzut cu ochii mei”. De ex., o temă care a traversat prin „experimentele sociologice”, realizate în vederea acestei cercetări, era aceea referitoare la comparația pe care „ochiul public european” o făcea între România și Bulgaria. La interpretarea „până și bulgarii...”, răspunsul preferat are forma „da, dar șoferii spun că unuia i-au rupt dinții; am citit asta și-n...”. El nu crede decât în surse personale: „cu ochii mei”, „vărul meu”, „ce se zice la OTV”, „au scris în «România Mare»”. În general, limbajul folosit de aceste persoane este unitar – dat fiind că este cel folosit de „ziariștii de teren” și de animatorii de la *talk-show*-uri. Am putea caracteriza stilul narativ al acestor persoane cu sintagma nervozitate amorfă.

Acest soi de *sentiment normativ* se întâlnește îndeosebi în cadrul dialogurilor din Focus I (personal administrativ cu studii postliceale, secretare, funcționari de rang mediu din primărie).

În celelalte grupuri, cadrul de interpretare cel mai frecvent este construit la nivelul: **a.** structurilor administrative sau legislative – cazul grupurilor experimentale II, III, IV, V; **b.** inconsistenței acționale a „societății civile” (problema responsabilității acționale pe termen lung apare doar în grupurile IV și V). Așa cum am arătat, apetența lor socială îi îndeamnă să identifice și să califice diferite „logici de acțiune”.

În concluzie, modelul polifonic ne îngăduie să observăm interacțiunile discursive din situațiile de viață cele mai obișnuite – dar și circulația marilor discursuri publice – ca infirmare sau confirmare a unui „Noi”. Această configurare auto-enunțiativă a lui „noi” – prin *semiosis*-ul social – se bazează pe prezența implicită a celor trei poli gramaticali (Eu, Tu, El) în fiecare discurs social: în limbă, în mituri, în religie, în știință, în drept și politică.

Dar nu-i așa că o astfel de structurare a *gramaticii publice* convine unora care doresc doar un spațiu public pe care H. Sacks îl numea *duplicatively organized*, adică o conversiune mecanică a „audienței” în „comunitate de interpretare”?

## II. REGIMURILE DE MEDIATIZARE A CANDIDAȚILOR ÎN CAMPANIA PREZIDENȚIALĂ DIN 2000

### 1. STUDIILE DESPRE MEDIATIZAREA POLITICULUI, DINCOLO DE PARIUL METODOLOGIC

În prezent, literatura de specialitate nu mai discută faptul că televiziunea a devenit principala resursă de comunicare politică atât pentru omul politic cât și pentru public – potențialul electorat; că „logica” vizibilității televizuale a devenit constitutivă „corpului politic”, orice gest sau verb politic necesitând performanță sau competență televizuală.

Specialiștii sunt preocupați mai degrabă să identifice și să evalueze anumite practici de mediatizare a politicului, cele care subminează instituțiile și cultura democrației. Sunt menționate în acest sens o serie de strategii mediatice care întrețin așa-numita „*tabloidizare*” a televiziunii, respectiv, transformarea politicului (și) într-un domeniu de divertisment [Norris, 2000; McNair, 2000; Moog, Beltrao, 2001]. Strategiile mediatice de tip „tabloid” afectează *registru* informațional al politicului, populat în prezent de știrile „*infotainment*”, știri hibride care „împachetează” evenimentele politice sub forma divertismentului de televiziune (în consecință, știrile „*infotainment*” includ în agenda publică „*culisele*” și „*pseudo-evenimentele*” acțiunii politice, viața privată a liderilor și asocierea acestora cu celebritățile zilei).

*Registru* argumentativ al politicului se confundă, din ce în ce mai mult, cu dispozitivele tehnologice, financiare și de expertiză, destinate să pună în scenă un întreg *climat emoțional*, întreținut prin „*forme*” și „*efecte*” comerciale tot mai estetizate (de altfel, pornind de la termenul de „*politică estetizată*” lansat de Klein (2000), Street (2001) propune abordarea politicii actuale ca o „*formă a «expresiei artistice»*” sau „*o formă de cultură populară*”). Potrivit lui Denton (2000), sub influența televiziunii comerciale, retorica politică americană este din ce în ce mai „*familiară*”, „*personalizată*”, „*conversațională*”, „*intimă*”, „*charismatică*” și „*melodramatică*”, mai degrabă decât programatică și analitică.

Cele mai critice evaluări ale acestor tendințe, în comunicarea politică actuală, atrag atenția asupra unui întreg „*proces de depolitizare*” a comunicării și jurnalismului politic [Fallows, 1996 în McNair, 2000] în condițiile proliferării unor practici televizuale „*anti-politice*” [Axford, 2001]. În acest context, unii autori americani se referă deja la „*criza democrației*” amenințată de „*tehnopopulism*” [Lipow și Seyd, 1995 în Axford, 2001], „*sub-politică*” [Beck, 1999 în Axford, 2001] și de un *electorat nihilist și neinteresat* de politică. De altfel, pentru unii teoreticieni, însuși conceptul „*democrație liberală*” pare să nu mai fie relevant pentru evoluțiile recente în materie de comunicare politică; în schimb, se preferă concepte care recuperează interacțiunea dintre noile tehnologii de comunicare, televiziunea comercială și cultura populară: „*democrație modernă târzie*” [Dahlgren, 2001], „*hiper-democrație*” [Stromer-Galley și Jamieson, 2001],

„democrație deliberativă” [London, 1995], „teledemocrație” [Denton, 2000] sau „democrația talk-show-ului” [Blumler și Gurevitch, 2001].

Pe de altă parte, la nivelul literaturii americane și anglo-saxone constatăm ca fiind tot mai frecventă asocierea dintre politică, mass-media, cultură civică și unele practici democratice, precum: *dezbateră publică*, *participarea civică*, *exercitarea cetățeniei (effective citizenship)*, *învățarea socială și democratică*, *binele comun*, *comunicarea imparțială*, *evaluarea critică* ș.a. Comunicarea politică, în special, mediatizarea televizuală sunt evaluate în funcție de potențialul lor deliberativ și, implicit, de capacitatea de a genera un „forum civic” [Norris, 2000] și o „piață a ideilor” (pe fondul unor evoluții care semnaleză comercializarea excesivă a comunicării politice, literatura americană recuperează – indirect – conceptul normativ al spațiului public definit de către Habermas). Referindu-se la relația dintre mass-media, cultura civică și democrație, Dahlgren (2001) deploră faptul că „în principiu, toată lumea recunoaște importanța mass-media pentru caracterul democratic al societății, dar, din nefericire, puțini sunt cei care subliniază importanța democratizării mass-media” (p. 64).

În acest context, o întreagă linie de cercetare – articulată mai ales în sfera științelor comunicării și ale limbajului, a sociologiei televiziunii și a analizei de discurs – abordează mediatizarea televizuală a politicului, în tentativa de a evalua *calitatea deliberativă* a spațiului public (autorii americani) sau de a interpreta *imaginea televizuală* cu privire la cetățeanul european, tendință instaurată recent de autorii francezii [Lochard, Soulages, 1998; Charaudeau, Lochard, Soulages, 2001].

## 2. REGIMUL DE MEDIATIZARE – DIMENSIUNEA ANALITICĂ

Folosim conceptul „regim de mediatizare” pentru a desemna modul în care emisiunile de dezbateră televizuală (cu diferitele dispozitive corespunzătoare) actualizează *grila* tematică a postului, *statutul* acestuia (televiziune publică sau privată), *identitatea simbolică* (atributele pe baza cărora postul respectiv se poziționează pe piața televizuală) și *reglementările normative* (mai ales în perioada electorală, comunicarea politică televizuală asimilează o serie de reglementări normative referitoare la programele de informare politică).

În al doilea rând, „regim de mediatizare” exprimă *cadrul de interacțiune pregnant* în care sunt plasați participanții la o dezbateră. Acest cadru de interacțiune conferă participanților o *identitate socială convocată* cu mijloace mediatice – o identitate construită pe baza interacțiunilor „autorizate”, „neautorizate” și „permissive” dintre participanții la dezbateră respectivă. Cu alte cuvinte, participanții dobândesc o „identitate” în funcție de **a.** tipologia interacțiunilor cuprinse în spectrul „autorizat” / „neautorizat” și **b.** de tematica și comportamentele de enunțare corespunzătoare (de exemplu: care sunt temele și argumentele abordate într-o interacțiune „autorizată”? care este modalitatea de enunțare la care se recurge în acea interacțiune?).

Utilizăm „regim de mediatizare” ca un complement al conceptului consacrat „dispozitiv televizual”. „Regimul de mediatizare” ne permite, pe de o parte, să evaluăm o dezbatere din perspectiva cadrului de interacțiune dominant și a identității mediatice a postului de televiziune. Pe de altă parte, analiza regimului de mediatizare nu este posibilă fără evaluarea prealabilă a dispozitivului dezbaterii, care include o serie de *constante mediatice*, precum: orientarea tematică, capitalul verbal și videogramic, comportamentele de enunțare ale moderatorilor și ale invitaților, rolurile comunicaționale, secvențe monologale, dialogale și polilogale, gestiunea schimburilor de replici, scenografia, configurația spațială etc.).

Conceptul „dispozitiv de mediatizare” a fost introdus de către Nel (1991) în tentativa de a dezvolta un cadru analitic pentru analiza dezbaterilor publice televizuale. Autorul definește dispozitivul de mediatizare pornind de la următoarele elemente:

*Eterogenitate.* Comunicarea televizuală este generată de condiții tehnologice, juridico-normative, precum și de o varietate de condiții simbolice (scenografii, genuri televizuale, actori mediatice, cadre de interacțiune, comportamente de enunțare ritualizate etc.).

*Rețea.* Dispozitivul de mediatizare rezultă din *relaționarea strategică* a diferitelor tipuri de condiții, care concură la producerea unei emisiuni de televiziune. Din acest punct de vedere, dispozitivul constituie o *rețea de parametri instituționali*.

*Strategie.* Dispozitivul de mediatizare este alcătuit dintr-o *rețea de elemente eterogene*, care îndeplinește o *funcție strategică*: punerea în practică a unui *proiect de comunicare* aparținând instituției media și echipei de realizatori.

Potrivit lui Lochard (2000), conceptul „dispozitiv de mediatizare” ar permite cercetătorului să demonstreze două principii fundamentale de cercetare a comunicării televizuale:

Orice emisiune de televiziune este produsul unei „*logici instituționale*” și, corespunzător, a unor „*proiecte de comunicare*”. Din acest punct de vedere, emisiunile de televiziune sunt, într-o anumită măsură, *predeterminate* de statutul, identitatea, resursele și „*politica*” de mediatizare a instituției media.

Produsele televizuale comportă o serie de elemente care nu pot fi prevăzute în dispozitivul de mediatizare (mai ales pentru emisiunile transmise în direct). Din acest punct de vedere, o emisiune constituie un *cadru de interacțiune deschis*, în care participanții *utilizează* dispozitivul în conformitate cu propriile lor interese, astfel încât produsul interacțiunii este *parțial determinat, parțial emergent*.

Considerăm că noțiunea „dispozitiv” (de mediatizare) păstrează o anumită dimensiune mecanicistă, în sensul că ne permite să identificăm numai relațiile dintre parametrii care contribuie *în mod direct* la realizarea emisiunii; în schimb, devine problematică raportarea emisiunii la identitatea mediatice a canalului sau la instanțe de producere, altele decât postul de televiziune (de exemplu, reglementările unor organisme audio-vizuale). „Regimul de mediatizare” vizează marja de „acțiune” de care dispun participanții în cadrul unei emisiuni de televiziune, analiza fiind centrată, pe de o parte, pe relația dintre participanți și convențiile de interacțiune cuprinse în

spectrul „autorizat” / „neautorizat” și, pe de altă parte, pe relația dintre dispozitiv și identitatea mediatică a postului de televiziune.

*Regimul de mediatizare* conferă, pe de o parte, omului politic un anumit *potențial identitar* (cu fiecare emisiune, în și prin schimbul discursiv, omul politic caută să își reproducă sau, după caz, să își ajusteze identitatea sa inițială – identitatea consacrată și acumulată în timp; pe de altă parte, el dobândește o identitate socială în funcție de cadrul de interacțiune dominant în care este situat pe parcursul dezbaterii). Pentru publicul de televiziune, regimul de mediatizare generează *criterii de vizibilitate* a omului politic, deci, de evaluare a acestuia. Nu în ultimul rând, analizând un regim de mediatizare putem evalua „distanța” dintre comunicarea politică practică de un post de televiziune în perioada non-electorală și comunicarea electorală propriu-zisă.

### 3. MEDIATIZAREA CAMPANIEI PREZIDENȚIALE DIN 2000. CONSTANTE ALE REGIMURILOR DE MEDIATIZARE LA POSTURILE DE TELEVIZIUNE PRO-TV, ANTENA 1 ȘI TVR 1

#### a. Formatul emisiunilor electorale

Grila electorală adoptată de televiziuni nu a inclus *genurile televizuale*, care întrețin *interacțiunea deliberativă* (precum *talk-show*, dezbateri sau interviu). Emisiunile dedicate candidaților la președinție au cuprins materiale elaborate în prealabil de către echipa candidaților, materiale care vizau turneul electoral sau alte aspecte legate de platforma și personalitatea candidatului. Deși comunicarea electorală ar fi trebuit să situeze candidații într-un *spațiu dialogal*, emisiunile au fost comprimate sub forma unor „chestionare”, moderatorii sau jurnaliștii invitați adresând candidaților întrebări deja pregătite, pentru care candidatul avea alocat un timp de răspuns cuprins între 30 de secunde și 2 minute.

În mod simptomatic, televiziunile au adoptat un *format electoral* asemănător, deși fiecare post revendica – la momentul campaniei electorale – o *identitate mediatică* recunoscută pe piața televizuală. Într-o dezbateri derulată la postul privat Tele 7 ABC, la puțin timp după cel de-al doilea tur al campaniei prezidențiale, președintele C.N.A., Șerban Madgearu sublinia că formatul, atât de constrângător pentru candidați, a constituit opțiunea posturilor de televiziune: „*Este ridicol, dar ridicol și total deplasat să se afirme că C.N.A-ul ar fi impus formatele emisiunilor. S-a spus că noi am limitat la un minut timpul de răspuns. Evident că nu se poate amesteca Consiliul, este opțiunea posturilor de radio sau televiziune.* („La ordinea zilei”, 19.12.2000, Tele 7 ABC).”

#### b. Orientarea tematică

În cadrul emisiunilor electorale, candidații au trebuit să răspundă în maximum două minute la întrebări care în mod normal ar fi necesitat un timp de argumentare. Întrebările moderatorilor au pus în discuție teme mult prea specializate, precum constituirea bugetului de stat, starea investițiilor, intervenția statului în economie etc. În aceste condiții, *agenda electorală* nu a mai fost accesibilă publicului larg.

### c. Convențiile de interacțiune

În campania prezidențială din 2000, emisiunile deliberative au fost ritualizate ca *interacțiuni didactice*. După formularul „planului american”, candidații au fost plasați fiecare la câte un pupitru. La televiziunea publică (cazul TVR 1), dispozitivul a cuprins pe lângă spațiul destinat candidaților și moderatorului, „masa comisiei de examinare” ocupată de jurnaliștii-invitați.

Participații la emisiune (candidați, moderatori, jurnaliști) au fost „constrânși” să practice un singur *comportament de enunțare* și anume întrebarea elaborată în prealabil și care nu a fost generată prin schimb discursiv. La TVR 1 și Antena 1, fiecare candidat a putut să adreseze câte o întrebare contracandidatului, cu observația că întrebarea fusese stabilită înainte de începerea emisiunii. În alte secvențe, candidații au fost puși „să extragă” bilete care conțineau diferite întrebări (după modul în care candidații au abordat această „probă” nu este exclusă posibilitatea ca ei să fi avut acces la lista de întrebări înainte de emisiune).

Așadar, toate convențiile de interacțiune „autorizate” nu au făcut posibil schimbul discursiv între participanți. Din acest punct de vedere, candidaților li s-a atribuit un singur *rol comunicational*: susținerea unui *monolog* în fața interlocutorilor aflați în studio și a telespectatorilor. Moderatorii au devenit mediatorii unei instanțe de „examinare” impersonale în timp ce jurnaliștii-invitați au dobândit rolul unor „examinatori” cu legitimitate mai mult pedagogică decât jurnalistică. Caracterul consensual al întrebărilor formulate de jurnaliștii-invitați nu a generat situații de contraargumentare, ci a stimulat monologul candidaților (de exemplu, candidații au fost întrebați la cât se ridică venitul lor anual și dacă sunt de acord să-și declare oficial veniturile atât la începutul, cât și la sfârșitul mandatului, în emisiunea „Eu vreau să fiu președinte” din 28.11.2000, PRO-TV).

Alte întrebări-tip au vizat cunoștințele candidaților cu privire la indicatori economici sau la conținutul Constituției (candidaților li s-au testat cunoștințe care, în mod normal, sunt de la sine înțelese la un politician). Unele întrebări reprezentau o abordare simplistă a unor probleme specializate (candidaților li s-a cerut să răspundă într-un minut câte procente ar alocă de la buget pentru sănătate, armată, învățământ și cultură). Alteori, candidații au fost solicitați să treacă o serie de „probe” asemănătoare celor care se practică la jocurilor televizate (de exemplu, să convingă în două minute un telespectator că nivelul său de viață va crește în cazul în care telespectatorul ar fi votat corespunzător).

Pe parcursul emisiunilor electorale, candidații înșiși au contestat în repetate rânduri regimul de mediatizare în care au fost plasați.

*Mugur Isărescu* (candidatul, către moderator): Sunt nevoit să fac și eu o remarcă. Vedeți, îmi vine foarte greu să vă răspund acum și să vă spun din ce cauză. Pentru că eu sunt de regulă un om disciplinat și-mi place să răspund la orice problemă. Și în acest an am răspuns la sute de probleme de acest fel. Dar aici, în poziția asta, în care toată dezbateră are cu totul altă turnură, eu par un elev cuminte care răspund unui profesor. Și nu pot să accept acest lucru. Suntem doi. Nu pot să nu fac această remarcă, nu este cu răutate, nu este pentru dvs., am



remarcat-o și la alte dezbateri. Nu cred că dezbateră electorală pentru candidații la președinție din acest an a fost corectă. Acum să vă răspund la întrebare: programul meu, într-adevăr, din punct de vedere al eficienței ... (...)

*Mugur Isărescu* (candidat): Eu vorbesc de desfășurarea acestei emisiuni care nu este corectă.

*Florin Călinescu* (moderator): În ce sens nu este corectă?

*Mugur Isărescu* (candidat): Nu este corectă. Ni se dau treizeci de secunde, ne bate gongul în timpane și în același timp fiecare vorbește cât vorbește.

*Florin Călinescu* (moderator): Dar cum ați fi vrut domnule, să se desfășoare această emisiune?

*Mugur Isărescu* (candidat): Nu știu.

(Emisiunea „Eu vreau să fiu președinte” din 23.11.2000, PRO-TV)

#### **d. Contracte de comunicare televizuală<sup>26</sup>. PRO-TV - mediatizarea ludică**

La PRO-TV, „interacțiunea didactică” dintre candidați și moderatori a dobândit o *dimensiune ludică și convivială*. Candidații au fost plasați într-un *regim de divertisment* politic pentru care a fost creat un dispozitiv special. Ciclul de emisiuni deliberative „*Eu vreau să fiu președinte*” a cuprins două emisiuni cu opt dintre candidații la președinție (una la începutul campaniei și cealaltă la finalul primului tur), iar fiecărui candidat i s-a alocat câte o emisiune. Toate emisiunile s-au derulat în același regim de divertisment politic, inclusiv emisiunile dedicate „suporterilor” – o serie de personalități publice invitate „să apere” platforma candidaților.

„Examinarea” candidaților s-a petrecut într-o sală de spectacol, cu public, orchestră și un moderator familiarizat cu spectacolele de divertisment. Pe toată durata emisiunilor, candidații au stat în picioare, fiecare la câte un pupitru plasat în fața publicului spectator și a moderatorului. Orchestra prezintă în sală intervenția cu scurte interludii de fiecare dată când candidații depășeau minutul alocat întrebării sau când publicul aplauda răspunsul candidatului. Adesea, întrebările erau prefațate de lungi monologuri satirice interpretate de moderator – un cunoscut actor de teatru.

Întreaga emisiune a fost centrată în jurul moderatorului Florin Călinescu, acesta intervenind mai mult decât candidații înșiși (în același timp, moderatorul a sancționat prompt orice depășire de către candidat a timpului alocat întrebării).

Mai ales în cadrul emisiunilor dedicate unui singur candidat, întrebările au vizat teme de agendă electorală (totuși, și în acest caz, întrebările au fost nerelevante: de exemplu, candidatul trebuia să răspundă în treizeci de secunde de ce anume vrea să ajungă Președintele României; în treizeci de secunde, de ce se consideră mai bun decât ceilalți candidați etc.).

În schimb, la emisiunile cu mai mulți candidați, întrebările au luat forma „probelor” specifice jocurilor televizate (de exemplu, candidații au fost întrebați

<sup>26</sup> În acest studiu adoptăm *perspectiva contractualistă sau situațională* a comunicării, potrivit căreia orice act de comunicare presupune o *relație contractuală*, întemeiată pe anumite *așteptări reciproce* ale interlocutorilor, așteptări „mobilizate” de caracteristicile situației de comunicare (v. Charaudeau, 1998).

dacă sunt de acord să-și declare greutatea corpului la începutul mandatului și ca atare, au fost puși pe loc să se cântărească; alții, candidații au fost solicitați să recite versuri dintr-o poezie românească etc.).

Este important de precizat că monologul moderatorului constituia o secvență paralelă cu răspunsul candidatului, fapt care a accentuat coexistența comunicării electorale cu spectacolul de varietăți. Moderatorul și-a atribuit rolul „opinie publice” care bagatelizează un întreg climat politic lipsit de credibilitate. Monologurile satirice ale moderatorului, aluziile și jocurile de cuvinte au alcătuit o lungă conversație purtată mai degrabă cu un candidat „generic” – un simbol al decadenței spațiului politic.

Acest regim de mediatizare practicat de postul PRO-TV, în perioada electorală, a constituit o prelungire a unui *talk-show* politic difuzat de același post în perioada anului electoral („*Chestiunea Zilei*” reproducea *talk-show*-ul lui Joe Leno de la postul american NBC). În acea emisiune, invitații (întotdeauna și oameni politici) erau antrenați de moderator (același din emisiunile electorale) să se distanțeze cu autoironie de statutul lor consacrat; în felul acesta, invitaților li se oferea posibilitatea să dezvăluie publicului *latura ludică* a personalității lor (am arătat deja că în cadrul emisiunilor electorale ale acestui post, candidații au trebuit să se supună unor probe neconvenționale). Și cu acel prilej, moderatorul și-a atribuit rolul „opinie publice”, întruchipată de „românul obișnuit”, care denunță sărăcia și corupția vieții de zi cu zi și care are de înfruntat falsitatea clasei politice.

Mediatizarea electorală a constituit de asemenea o prelungire a identității mediatice a postului PRO-TV, o identitate întemeiată pe cultivarea moderatorilor-vedete și pe o *retorică populistă* alimentată de informație senzațională de tip *fapt divers*. În perioada non-electorală, emisiunile informative și de dezbatere de la PRO-TV abordează, în mod curent, viața cotidiană a unor grupuri sociale marginale. Informațiile politice, economice și sociale sunt asociate constant cu interesele „românilor” – personaje emblematice pentru „România profundă”.

În campania electorală din 2000, PRO-TV a intensificat *mediatizarea populist-senzaționalistă* de tip *fapt divers*, principala emisiune informativă eludând evenimentul electoral (astfel, prima parte a jurnalului de seară era dedicată sistematic cazurilor de violență cotidiană și de sărăcie extremă, privirea televizuală a jurnaliștilor fiind îndreptată asupra grupurilor marginale, accidentelor și catastrofelor, tragediilor personale etc.). Fără a intra aici în detalii, subliniez că acest tip de *discurs informativ* poate deveni un mecanism mediatic de influențare a comportamentului electoral, mai ales votul alegătorilor indeciși (anumite practici de mediatizare pot stimula sensibilitatea publicului la *conjunctura electorală*, aceasta din urmă putând fi utilizată drept *criteriu de evaluare* a performanței candidaților).

#### **Antena 1: mediatizarea „raționalistă”**

La Antena 1, candidații au fost plasați în același regim de „interacțiune didactică”. Ca și la PRO-TV, ciclul de emisiuni „*Drumul Cotrocenilor*” a cuprins o emisiune cu opt dintre candidații la președinție. Deosebirea a constat în absența

elementelor de divertisment, comunicarea dintre moderator și candidați desfășurându-se într-un registru mai „sobru” decât la PRO-TV (de altfel, moderatorul emisiunii făcea parte din redacția de știri a Antenei 1).

Dispozitivul emisiunii a fost mai puțin spectaculos, emisiunea derulându-se într-un studio în care candidații (fiecare la câte un pupitru, stând în picioare) au fost plasați față în față cu moderatorul, ambele zone laterale ale studioului fiind alocate publicului format, în mare parte, din echipa electorală a candidatului și din susținători ai acestuia. În dreapta moderatorului, realizatorii au așezat un imens cronometru care măsura timpul candidaților.

Pe parcursul a patru emisiuni, realizatorii au invitat în studio câte doi candidați, fapt semnalat de către moderatorul Radu Herjeu: *„Suntem singura televiziune din România care vom prezenta pe toți cei opt candidați aleși de Antena 1, în confruntări directe între ei și nu câte unul”*. În realitate, Antena 1 a reprodus regimul de mediatizare centrat pe monologul candidaților, aceștia din urmă fiind obligați să răspundă în maximum două minute la întrebări pregătite în prealabil de redacția postului.

Multe din întrebările adresate candidaților nu au vizat probleme concrete, incluse în agenda electorală a campaniei; unele întrebări au fost concepute sub forma unor „probe” care testau mai degrabă perspicacitatea, iar nu competența candidatului (de exemplu, candidatul Corneliu Vadim Tudor a fost solicitat să convingă un telespectator aflat în studio de viabilitatea programului electoral al candidatului; în fapt, telespectatorul respectiv era o personalitate publică și îl cunoștea personal pe candidat). Nu puține au fost întrebările retorice adresate candidaților:

*Radu Herjeu (moderator):* Următoarea întrebare este adresată tuturor candidaților, vom începe de la stânga, aveți un minut la dispoziție pentru a răspunde; o să vă rog să comentați acele afirmații făcute mai ales în ultimul timp care se referă la disoluția autorității în România. Cum priviți dumneavoastră acest lucru, dacă sunteți de acord cu acest fenomen care are loc în România sfârșitului de mileniu ...?

A doua întrebare pentru toți candidații. Aveți tot 30 secunde la dispoziție. Vom începe cu dl. Roman. O să vă rog să ne spuneți care sunt, în opinia dvs. ... să ne dați o calitate și un defect ale poporului român.

*(„Drumul Cotrocenilor” din 22.11.2000, Antena 1).*

Moderatorului i s-a atribuit rolul de „maestru de ceremonii”, care distribuie întrebări și autorizează răspunsuri, cronometrând timpii consumați de candidați (minute importante s-au irosit, urmare a faptului că moderatorul trebuia să calculeze sau să recalculeze timpii câștigați / pierduți de candidații care (nu) răspuseseră în mai puțin de două minute; adesea candidații „capitulau” de bună voie în fața unei întrebări la care nu puteau răspunde în câteva zeci de secunde; cel mai adesea, candidații au fost nevoiți să „fure” secunde din următoarea întrebare, intrând astfel într-un cerc vicios).

La Antena 1, regimul de mediatizare electorală – actualizat prin emisiunea *„Drumul Cotrocenilor”* – a contrastat puternic cu cel din perioada non-electorală.

Din acest punct de vedere, emisiunea electorală a constituit o schimbare radicală în raport cu „*Marius Tucă-Show*“, *talk-show*-ul consacrat al postului – emisiunea recunoscută pentru intensitatea confruntării dintre invitații moderatorului, pe de o parte, dintre moderator și invitați, pe de altă parte. Antena 1 a continuat difuzarea emisiunii „*Marius Tucă-Show*” în perioada campaniei electorale, însă emisiunea a suferit schimbări majore, având un alt repertoriu tematic, precum și alte convenții de interacțiune între participanți (spre deosebire de emisiunea electorală „Eu vreau să fiu președinte” de la PRO-TV, emisiune care așa cum am văzut a constituit o prelungire a emisiunii „*Chestiunea Zilei*”).

Paradoxal, jurnalismul politic televizual din România cultivă *talk-show*-uri și dezbateri polemice în perioada non-electorală în timp ce, în intervalul electoral, mediatizarea politicului este puternic raționalizată, fiind limitată considerabil vizibilitatea oamenilor politici în contexte deliberative și, implicit, cunoașterea politică.

### **TVR 1: mediatizarea „impersonală”**

Din multe puncte de vedere, la televiziunea publică, „*interacțiunea didactică*” dintre candidați și moderatori nu a cunoscut deosebiri sensibile, în raport cu posturile de televiziune private. Ciclul de emisiuni „Alegeri prezidențiale 2000” a cuprins o emisiune cu șase dintre candidații la președinție, precum și o serie de emisiuni consacrate prezentării fiecărui candidat în mod separat.

Candidații nu au avut posibilitatea să dezbată agenda electorală, stimulați fiind de intervențiile moderatorilor sau ale contracandidaților. Timpii de antenă alocați fiecărui candidat au fost drastic cronometrați, candidatul trebuind să răspundă în maximum două minute la întrebări, pregătite în prealabil de moderator și/sau de redacția postului.

Televiziunea publică a fost singurul post, care a folosit în emisiunile electorale și jurnaliști din presa scrisă. Pe durata emisiunii, fiecare candidat s-a aflat în dreptul unui pupitru situat în fața „mesei de examinare” a jurnaliștilor. Aparent, jurnaliștilor li s-a dat dreptul să comenteze răspunsul candidatului; în fapt, a fost vorba de un pseudo-dialog în condițiile în care intervenția jurnalistului a fost limitată la un minut, iar replica din partea candidatului, la treizeci de secunde.

*Irina Radu* (moderatorul către candidați): Vreau să fac următoarea precizare: răspunsul dumneavoastră trebuie să se încadreze tot într-un minut după care ziariștii care au adresat întrebarea pot insista, pot cere amănunte și replica dumneavoastră, a doua, trebuie să se încadreze în 30 de secunde. Domnule Cristoiu, vă ascultăm!

(„*Alegeri prezidențiale 2000*” din 21.11.2000, TVR 1).

Realizatorii de la TVR 1 au recurs, de asemenea, la o procedură de interogare a candidaților, pe care am mai întâlnit-o la Antena1 și la PRO-TV, aceea de a solicita candidatul să explice cum ar acționa într-o situație ipotetică. Pentru șase candidați au fost create trei situații, ca atare, unii candidați se puteau inspira din răspunsul celorlalți, publicul fiind nevoit să asculte răspunsuri mai mult sau mai puțin asemănătoare.

*Irina Radu* (moderatorul către public): Haideți să trecem la punctul următor. Ca și aseară, am solicitat pe cei trei ziariști să-și imagineze trei situații în care ar putea să se afle Președintele României. Fiecare va citi situația pe care a creat-o, pe care și-a imaginat-o, după care dumneavoastră din nou veți trage la sorți una din cele trei situații. Deci sunt doar trei, la fiecare va ajunge una dintre cele trei situații. Să începem cu domnul Bogdan Chireac, de această dată.

(„Alegeri prezidențiale 2000” din 21.11.2000, TVR 1).

Rolul moderatorilor a constat exclusiv în distribuirea intervențiilor, cronometrarea și recalcularea timpilor câștigați sau pierduți de candidați (din acest punct de vedere, ca și la Antena 1, o parte din timpul alocat candidaților a fost consumat de către moderatoarea însăși). Pe parcursul emisiunilor, jurnaliștii-invitați și candidații au denunțat adesea „regulile” regimului de mediatizare.

*Irina Radu* (moderator): Mulțumesc. Voi face o contorizare în direct. Îi rog pe candidații care deja au răspuns, să-mi spună cine a primit celelalte 30 de secunde, ca să fim corecți față de toată lumea. O întrebare de la dl. Tinu ...

*Ion Cristoiu* (jurnalist): Stați, că am dreptul să ...

*Irina Radu* (moderator): A folosit și celelalte 30 de secunde! Dumnealui le-a folosit pentru un singur răspuns.

*Ion Cristoiu* (jurnalist): Și nu am dreptul să mai pun o întrebare? Poate sunt nemulțumit de răspuns!

*Irina Radu* (moderator): Doar dacă renunță dl Isărescu la timp din alte ... Am să mă încurc în toată socoteala asta ...

*Ion Cristoiu* (jurnalist): Potrivit înțelegerii, noi care punem ... putem pune o întrebare suplimentară. Nu am dreptul?

*Dumitru Tinu* (jurnalist): E scris în protocol, într-adevăr ...

*Irina Radu* (moderator): Ba da, dar i-am acordat timpul deja pentru răspuns.

*Ion Cristoiu* (jurnalist): Atunci eu plec. Îmi pare foarte rău. Nu respectați protocolul.

*Irina Radu* (moderator): Bine, eu trebuie să fiu moderator și trebuie să împac pe toată lumea, rog regia să nu-mi mai vorbească în cască pentru că nu aud ce se întâmplă în studio. Deci, vă rog din suflet pentru a doua oară în această seară. Înțeleg dle Cristoiu, și asta încerc să rezolv acum, vă rog să aveți încredere.

*Ion Cristoiu* (jurnalist): Am.

*Irina Radu* (moderator): Am să-i propun dlui Isărescu să renunțe la următorul răspuns de 30 de secunde, să fie toată lumea mulțumită.

*Mugur Isărescu* (candidat): Sigur că da! Și răspunsul anterior a fost sub ...

*Irina Radu* (moderator): Vă ascult dle Cristoiu.

(„Alegeri prezidențiale 2000” din 21.11.2000, TVR 1).

*Irina Radu* (moderatorul către candidatul Corneliu Vadim Tudor): Dle Vadim, eu încerc să împac pe toată lumea și propun să facem cum am făcut cu dl. Isărescu, să nu fiți supărat, vreau să fiu corectă cu toată lumea! Dl. Tinu, adresați întrebarea. Dl. Corneliu Vadim Tudor, vă mai dăm 30 de secunde și scad din altă parte.

(„Alegeri prezidențiale 2000” din 21.11.2000, TVR 1).

La TVR 1, unii dintre realizatori (moderatori și jurnaliști-invitați) au întreținut o atmosferă convivială, fapt care aparent contrazicea reglementările stricte ale intervențiilor electorale.

„Irina Radu (moderator): Vă mulțumim și noi. Domnule Iliescu, de la cine ați primit întrebarea?

Ion Iliescu (candidat): De la domnul Nicolae Cerveni.

Irina Radu (moderator): Să știți, chiar și-a dorit să ajungă întrebarea la dumneavoastră”.

(„Alegeri prezidențiale 2000” din 21.11.2000, TVR 1).

Irina Radu (moderator): Vă mulțumesc! Domnule Meleşcanu îmi cer scuze, vreau să vă sugerez să renunțați la introducere, chiar dacă absolut toți dintre dumneavoastră aveți talent oratoric ... pentru că nu ați apucat să dați răspunsul complet. Domnul Roman, vă ascult!.

(„Alegeri prezidențiale 2000” din 21.11.2000, TVR 1).

În ultima ediție a ciclului de emisiuni „Alegeri prezidențiale 2000”, moderatoarea nu a mai putut controla regimul constrângător de mediatizare a candidaților, emisiunea degenerând într-o polemică virulentă, căreia nu i s-a pus capăt decât după ce realizatorii au întrerupt emisiunea minute în șir (decizia C.N.A. acorda posturilor de televiziune dreptul de a întrerupe emisiunile în cazul în care se constata încălcarea urbanității).

Am văzut deja, la Antena 1, emisiunea dedicată candidaților la președinție nu a avut nici o legătură cu emisiunile politice ale postului din perioada non-electorală (mă refer în primul rând la „Marius Tucă Show”); televiziunea publică a mers și mai departe în ceea ce privește suspendarea grilei politice a postului. Astfel, emisiunile electorale au fost moderate de redactori sau jurnaliști care nu figurau în grila curentă a postului. TVR 1 a apelat, fie la redactorii unor emisiuni de divertisment (Irina Radu), fie la foști jurnaliști deveniți între timp manageri (cazul Gilda Lazăr). Acest post de televiziune a „importat” moderatori de la alte departamente sau din afara instituției, creând un regim de mediatizare aparent „impersonal”, în orice caz, radical diferit de cel din perioada non-electorală (acest fapt ar fi putut primi o justificare în condițiile în care rolul noilor moderatori nu ar fi fost limitat la cel de „amfitrioni” și „administratori” ai timpilor de antenă).

În mod paradoxal, în campania prezidențială din 2000, televiziunea publică și, într-o oarecare măsură, Antena 1, au evitat să utilizeze resursele lor consacrate de comunicare politică, mai ales moderatorii, asociați în imaginarul publicului cu identitatea postului de televiziune. Din punct de vedere discursiv, această procedură poate fi interpretată ca o *distanțare* a postului însuși de propriile practici de comunicare politică; o altă posibilă interpretare ar putea viza concepția postului de televiziune cu privire la funcția mediatică a comunicării electorale. Potrivit acestei concepții, într-o campanie electorală, comunicarea politică presupune alte „reguli” de mediatizare, jurnaliștii nemaiaivând aceeași „libertate” ca în perioadele

non-electorală (evident, acest punct de vedere poate să priveze publicul de cunoașterea electorală necesară). Această interpretare conține și o premisă implicită, referitoare la faptul că politicienii nu ar putea să dialogheze fără ca dezbaterile să degenereze într-un scandal; cu alte cuvinte, dacă, în perioada non-electorală, politicienii pot polemiza mai mult sau mai puțin agresiv, nu același lucru ar fi permis în decursul unei campanii electorale. Întâlnim în această interpretare – sugerată de altfel de declarația unui moderator – un soi de nihilism cu privire la dezbaterile televizuale din România:

Florin Călinescu (*moderator*): Sunt nevoit să vă informez că C.N.A., în această țară, ne obligă să facem emisiuni fix de o sută douăzeci de minute, că suntem în România și sunt șapte, opt candidați la președinție și este ... dacă vreți, îmi asum eu această greșală că trăim în România 2000 și nu am făcut un turneu de precalificare în care să vină ca la americani doi sau trei, cei mai bine situați ... dacă în o sută douăzeci de minute dvs. credeți că șapte, opt oameni cu un temperament de prezidențiabili pot să fie ținuti în mână și să spună într-un timp convenabil mesajele pe care le au de spus, eu sunt gata să lătesc aceste o sută douăzeci de minute la patru sute, pe răspunderea mea. Asta este situația în această țară!

(„Eu vrea să fiu președinte” din 23.11.2000, PRO-TV).

#### **e. Reglementările C.N.A.**

Pentru un observator, faptul că trei posturi de televiziune, cu identități mediatice diferite, au adoptat același regim de mediatizare a candidaților, poate să treacă drept simptomatic, fenomenul riscând să fie asociat cu deciziile CNA. În fapt, CNA a lăsat instituțiilor media o marjă de manevră extrem de largă, în ceea ce privește alegerea formatului electoral.

CNA a stabilit structura emisiunilor electorale, precum și programarea acestora. Reglementări explicite au fost prevăzute, exclusiv pentru emisiunile destinate autoprezentării candidaților – emisiunile care difuzau materiale pregătite în prealabil de către echipa candidaților. S-a privilegiat astfel discursul electoral „controlat” în întregime de către candidat, tendință pe care am constatat-o și cu prilejul campaniei prezidențiale din 1996.

Articolul 13 din decizia CNA nr. 240/2000 este singurul care se referă, în mod explicit, la modalitățile de desfășurare a dezbaterilor: „**1. În cadrul dezbaterilor realizatorii și moderatorii emisiunilor electorale au obligația să manifeste neutralitate, să evite orice atitudine partizană și să asigure dezbaterii o atmosferă civilizată. 2. Moderatorul emisiunii trebuie să intervină pentru a evita comportamente sau exprimări care afectează urbanitatea dezbaterii sau care generează atacuri la persoană**”. Alte articole din decizia CNA conțin doar trimiteri indirecte la dezbaterile televizuale: „Emisiunile electorale vor asigura tuturor participanților condiții egale, în ceea ce privește libertatea de exprimare, pluralismul opiniilor și echidistanța. În cadrul emisiunilor electorale, candidații și susținătorii acestora își pot exprima opiniile într-o atmosferă de urbanitate, fără

ca prin intervențiile lor: **a.** să pună în pericol ordinea constituțională, ordinea publică, siguranța persoanelor și a bunurilor; **b.** să defăimeze sau să atenteze la onoarea altei persoane; **c.** să se abată de la schimbul de idei, înlocuind argumentele întemeiate pe probe obiective, indiscutabile, cu referiri sau aluzii la temperamentul, caracterul și viața personală ale altui candidat, precum și la opțiunile sale profesionale, religioase și intelectuale (art. 8, *ibid.*).

Potrivit deciziei CNA, singura reglementare, care viza *accesul candidaților* la emisiunile electorale, se referea la tariful unic destinat exclusiv publicității electorale („**Fiecare post va practica pentru toți solicitanții tarife proprii unice pe unitatea de timp de emisie, garantându-le condiții egale, potrivit timpilor de antenă alocăți**” – Art. 7, paragr. 2, **Decizia CNA**). Este de presupus că accesul candidaților la emisiunile electorale a fost influențat de tariful extrem de ridicat perceput pentru timpii de antenă destinați publicității politice. Totodată, televiziunile au adoptat criterii proprii, în ceea ce privește selecția candidaților care urmau a fi mediatizați (de exemplu, PRO-TV a recurs la criteriul opiniei publice, candidații fiind selecționați în funcție de poziția acestora în sondaje).

### 3. DISCUȚIE

Regimul de mediatizare, așa cum a fost proiectat de televiziunea publică (TVR 1) și de posturile de televiziune private (PRO-TV, Antena 1), nu a constituit pentru candidații la președinție o *resursă de comunicare electorală*. Intervențiile acestora s-au transformat în *monologuri impersonale* pe care publicul nu le-a mai putut asocia cu identitatea fiecărui candidat. Publicul nu a mai putut diferenția candidații pe baza unor „*criterii de identificare*”. Pe de altă parte, tendința posturilor de televiziune, de a reduce comunicarea electorală la situații de comunicare „controlate” de oamenii politici, a devenit din ce în ce mai pregnantă de la o campanie la alta (aparitia posturilor de televiziune private nu a diminuat această tendință).

Paradoxal, televiziunile au investit considerabil pentru a concepe *diverse tipuri de dispozitive televizuale* (cazul campaniei prezidențiale din 1996) pentru *același regim* de mediatizare (candidatul aflat în situația de autoprezentare, întreținând o relație *strict formală* cu jurnaliștii-moderatori; această relație contrastează cu *talk-show-urile* politice extrem de animate din perioada nonelectorală). Emisiunile de televiziune au conferit moderatorilor un rol decorativ, astfel încât jurnalismul politic televizual a fost „suspendat” în perioadele electorale.

În consecință, *dimensiunea democratică a comunicării politice* a fost înțeleasă numai ca *egalitate de acces*, eludându-se evaluarea deliberativă a acțiunii politice (pe de altă parte, așa cum am văzut, egalitatea de acces a fost doar aparentă, posturile de televiziune adoptând diferite criterii de selecție a candidaților care urmau a fi mediatizați).

Ultimele două campanii prezidențiale din 1996 și din 2000 indică apariția unor elemente contradictorii, în evoluția comunicării electorale din România.



Astfel, pe de o parte, posturile de televiziune s-au multiplicat, actorii politici beneficiind de mai multe *surse de vizibilitate*, iar pe de altă parte *mediatizarea deliberativă* a rămas, pentru moment, un deziderat. Monologul politic constituie practica dominantă de mediatizare a candidaților, în timp ce dispozitivele televizuale (care întrețin monologul politic), precum și publicitatea electorală a candidaților, au devenit din ce în ce mai comerciale. Nu în ultimul rând, evoluția, care mi se pare a fi cea mai importantă, se referă la faptul că dispozitivele televizuale comerciale pot favoriza ascensiunea discursului naționalist-populist în România.

Problema emisiunilor deliberative în perioadele electorale amintește de o situație asemănătoare din Statele Unite ale Americii. În studiul intitulat „*Viitorul dezbaterilor prezidențiale*”, Bates (1993) descrie istoria complicată a dezbaterilor televizuale în spațiul mediatic american. Experiența americană, în materie de dezbateri prezidențiale, nu este extrem de bogată, având în vedere că televiziunile nu au organizat dezbateri electorale în 1952, 1956, 1964, 1968 și 1972 (de regulă, acest lucru s-a întâmplat din cauza candidaților care nu se puteau pune de acord).

Potrivit aceluiași autor, începând din 1987, în Statele Unite ale Americii a început un „*proces de instituționalizare*” a dezbaterilor prezidențiale prin formarea unei „*Comisii Non-Profit Pentru Organizarea Dezbaterilor Prezidențiale*”, comisie care a pus în discuție probleme, precum: garantarea unei dezbateri între reprezentanții democrației și republicani; formularea unor condiții formale care să permită participarea la dezbateri a candidaților independenți; structura dezbaterilor televizuale; practicile de mediatizare, care pot facilita informarea publicului și care pot capta atenția publică la campania electorală ș.a (Bates, 1993). În decursul anilor, această comisie ar fi reușit să stimuleze adoptarea unor articole legislative (precum articolul introdus de deputatul Markey) care condiționează participarea candidaților la dezbaterile televizuale de primirea unor fonduri federale destinate finanțării campaniei. Autorul subliniază că instituționalizarea dezbaterilor televizate a stimulat publicul să integreze acest tip de mediatizare în consumul său mediatic, publicul fiind cel care solicită și așteaptă derularea dezbaterilor prezidențiale.

Norris (2000) subliniază cât de important este pentru o democrație ca mass-media și în special, televiziunea, să furnizeze publicului o „*cunoaștere practică*”, adică informații relevante pentru diferitele contexte politice, astfel încât „*cetățenii să poată estima riscurile probabile ale deciziilor lor și, corespunzător, beneficiile. Din acest punct de vedere, oamenii au nevoie de o cunoaștere practică care să-i poată ajuta să asocieze preferințele lor politice și sociale cu opțiunile disponibile*” (p. 213). În acest context, regimurile de mediatizare electorală, din 2000, au diminuat considerabil *condiția politică* a candidaților la președinție, restrângând totodată informarea electorală a publicului.

## BIBLIOGRAFIE

1. AXFORD, Barrie, *The Transformation of Politics or Anti-Politics?* în *New Media and Politics*, Eds. Barrie Axford and Richard Huggins, London, Sage, 2001.
2. BATES, Stephen, *The Future of Presidential Debates*, Research Paper, Harvard's Kennedy School of Government, 1993.
3. BLUMLER, Jay G. And GUREVITCH, Michael, „Americanization” Reconsidered: U.K – Campaign Communication Comparisons Across Time în *Mediated Politics Communication in the Future of Democracy*, Eds. W.Lance Bennett and Robert M. Entman, Cambridge University Press, 2001.
4. CHARAUDEAU, LOCHARD, SOULAGES, FERNANDEZ, CROLL, *La télévision et la guerre. Deformation ou construction de la réalité? Le conflit en Bosnie (1990-1994)*, Bruxelles, INA De Boeck Université, 2001.
5. CHARAUDEAU, Patrick, *Discours médiatique de l'information*, I.N.A, Paris, 1998.
6. DAHLGREN, Peter, *The Transformation of Democracy?* în *New Media and Politics*, Eds. Barrie Axford and Richard Huggins, London, Sage, 2001.
7. DECIZIE CNA nr. 240 din 9 octombrie 2000 privind condițiile de prezentare și duratele programelor destinate campaniei electorale pentru alegerea Camerei Deputaților și a Senatului și pentru alegerea Președintelui României.
8. DENTON, Robert. E, *Dangers of „Teledemocracy”: How the Medium of Television Undermines American Democracy în Political Communication Ethics – An Oxymoron?*, Eds. Robert E.Denton Jr., Praeger Series in Political Communication, Westport, Connecticut, 2000.
9. LOCHARD, Guy, *Espace(s) public(s) européen(s) et dispositifs télévisuels. Approches comparatives des émissions de débat public en Europe*, Projet de recherche, Laboratoire „Communication et politique”, Paris, CNRS, 2000.
10. LOCHARD, Guy; SOULAGES, Jean-Claude, *La communication télévisuelle*, Paris, Armand Colin, 1998.
11. McNAIR, Brian, *Journalism and Democracy: An Evaluation of the Political Public Sphere*, Routledge, U.K, 2000.
12. MOOG, Sandra and BELTRAO-SLUYTER, Jeffrey, *The Transformation of Political Communication?* în *New Media and Politics*, Eds. Barrie Axford and Richard Huggins, London, Sage, 2001.
13. NEL, Noel, *Le débat public télévisé*, Paris, Armand Colin, 1991.
14. NORRIS, Pippa, *A Virtuous Circle. Political Communication in Post-Industrial Societies*, Cambridge University Press, 2000.

### III. PROFILURI DIFERENȚIALE ALE CITITORILOR PRESEI SCRISE ROMÂNEȘTI ÎN ANUL 2001

Una dintre cele mai spectaculoase evoluții postdecembriste înregistrate în România, în ultimii doisprezece ani, este cea din domeniul mass-media, unde se poate vorbi de constituirea unor adevărate „industrii culturale” și, implicit, de conturarea unor comportamente sociale adecvate, unor produse puțin cunoscute înainte de 1989: mesajele media – fie acestea în forma articolelor din presa scrisă (ziare sau reviste), fie în cea a programelor sau emisiunilor radio-TV.

Din punct de vedere teoretico-empiric, analiza „audienței” unui canal de comunicare în masă pleacă de la presupuziția „eterogenității” interioare a acestui grup de receptori ai mesajelor media. Se vorbește astfel nu numai de un anumit

„public” – al unui post de televiziune, de radio sau al unui anumit ziar – ci de segmente din populația totală, care se diferențiază prin practicile lor specifice de „consum media”.

În schema – deja clasică – a procesului comunicării propusă de H. Lasswell „audiența” este cea de a patra etapă din secvența comunicatională – „Cui?”<sup>27</sup> („Către cine se realizează comunicarea?”). O definiție relativ formală (neutră axiologic) a „audienței”, ar fi<sup>28</sup>: „Audiența este alcătuită din elemente în plan social care – în „lanțul” procesului comunicational – se constituie ca «receptori» ai mesajelor transmise prin mass-media”.

Totuși, așa cum recunosc majoritatea cercetătorilor din domeniu, termenul de „audiență” nu posedă un unic înțeles<sup>29</sup>, putându-se vorbi de mai multe perspective de abordare a termenului:

1. *Concepția teoretică care consideră audiența un „agregat social”* – varianta cea mai utilizată în cercetările despre procesul comunicării de masă – care are la bază o înțelegere pur cantitativă a termenului. „Audiența” este concepută ca fiind alcătuită din numărul total de persoane la care ajunge o „unitate dată” din conținutul mass-media, stabilindu-se astfel o echivalență între „public” și „receptorul” mesajului transmis prin comunicarea de masă.

2. *„Audiența” în sens de „masă”* – înțeles care a fost pentru prima dată propus de H. Blumler în articolul *The Mass, The Public and Public Opinion* (1939). Și de această dată accentul este pus pe „mărimea” grupului social în cauză, dar apar unele elemente noi<sup>30</sup>: grupul este „împrăștiat” spațial și membrii săi nu se cunosc între ei, astfel încât nu pot acționa împreună pentru atingerea unui scop dat. Alte caracteristici ale „audienței”, conform acestei concepții, ar fi: **a.** eterogenitatea în planul structurii demografice; și **b.** omogenitatea în ceea ce privește comportamentul față de emițătorul și mesajul receptat.

3. *„Audiența” ca „public”* – concepția aceasta pleacă de la presupoziția existenței unui grup activ, care interacționează intern și are un anumit grad de autonomie în raport cu exteriorul, dat fiind că se „folosește” de un anumit mediu de comunicare în masă, dar nu depinde de el pentru a exista ca atare sau a se constitui. Termenului de „audiență” i se asociază acum unele caracteristici ale „sub-grupurilor” componente: **a.** o conștiință” și o identitate proprie; **b.** posibilitatea organizării și a interacțiunii interne; **c.** o influență autonomă asupra mesajelor receptate. În aceste condiții „audiența” tinde să devină un concept mult mai „operațional”, fiind mai adecvat cercetărilor empirice (directe). Anii ’40–’50, marcați de schimbarea majoră în paradigma studiilor comunicării de masă,

<sup>27</sup> D. McQuail, S. Windahl, *Communication Models for the Study of Mass Communication*, Longman Ltd., 1989, p. 10.

<sup>28</sup> J. Watson, A. Hill (eds.), *A Dictionary of Communication and Media Studies*, Edward Arnold Pbl., 1993, p. 8–9.

<sup>29</sup> S. Windahl, B. H. Signitzer, J. T. Olson, *Using Communication Theory. An Introduction to Planned Communication*, Sage Pbl., 1992, p. 157.

<sup>30</sup> *Ibidem*, p. 31.

realizate de teoria „efectelor minime ale mass-media” și modelul funcționalist asociat ei, au utilizat această definiție a „audienței”<sup>31</sup>. Principala contribuție a cercetătorilor empirici a fost evidențierea caracterului structurat al audienței<sup>32</sup>, a „publicului” media.

4. *Definirea „audienței” ca „piață”* – este o perspectivă relativ recentă, de origine americană, care a penetrat în studiile academice o dată cu apariția fenomenelor de „dereglementare” și de „comercializare” din sistemele mass-media europene, după cel de-al doilea război mondial. În această perspectivă „audiența” ar putea fi definită drept: „un corp de consumatori potențiali spre care este direcționat un mediu sau un mesaj”<sup>33</sup>.

În acest caz „audiența” are un caracter dual<sup>34</sup> – ea fiind simultan: **a.** un potențial client pentru mediul de comunicare în masă; **b.** o „țintă” pentru mesajul reclamei (și, în consecință, un cumpărător potențial al produsului căruia i se face această publicitate). Originile acestui tip de definire a audienței sunt, de această dată, exterioare studiilor de factură academică și sunt mult mai influențate de actuala tendință (concretă) manifestă în „doctrina liberală” a „pieței libere a ideilor” în forma sa de „comercializare” a mesajelor comunicării de masă.

În cadrul acestui articol am decis să utilizez cel de-al patrulea tip de definiție: **„audiența” ca „piață” a produselor mass-media**. Cu alte cuvinte, audiența” va fi studiată având în vedere următoarele elemente fundamentale<sup>35</sup>: **1.** segmentarea geografică; **2.** segmentarea psihologică; **3.** segmentarea demografică.

O astfel de abordare nu este atât de mult specifică cercetării academice (caz în care „audiența”, a fost studiată îndeosebi în conformitate cu definițiile 1–3 anterioare) cât „studiilor de piață” – acestea fiind mai ales analize prin care se încearcă definirea cât mai exactă a unui „segment” de a beneficia, pentru un bun considerat a fi, simultan, un „produs” și o „marfă”. Spre deosebire de analizele sociologice riguros-științifice un astfel de demers pare, cel puțin la prima vedere, mult prea „facil”, prea „inconsistent” pentru a fi realizat în spațiul universitar. Separarea reală (valabilă nu numai în România) dintre domeniul academic și cercetarea de tip „marketing” nu este chiar atât de netă, dacă ne gândim că unul dintre cei mai importanți sociologi americani – P. Lazarsfeld – a fost, simultan, profesor universitar și director al departamentului de cercetare pentru postul audiovizual NBC.

Articolul de față pleacă deci de la posibilitatea de a realiza o astfel de analiză de „segmentare” a unui tip specific de „piață” – cea a mass-media tipărite din România.

<sup>31</sup> I. Drăgan, *Paradigme ale comunicării de masă*, București, Editura Șansa, 1996, p. 202–203.

<sup>32</sup> *Ibidem*, p. 125.

<sup>33</sup> *Ibidem*, p. 221.

<sup>34</sup> S. Windahl, B. H. Signitzer, J. T. Olson, *Using Communication Theory – An Introduction to Planned Communication*, Sage Pbl., 1992, p. 169.

<sup>35</sup> B. Gunter, A. Furnham, *Consumer profiles. An introduction to psychographics*, London, Routledge, 1992, p. 4.

### **1. ELEMENTE DISTINCTIVE PENTRU CITITORUL ZIARELOR ECONOMICE**

Având în vedere fenomenul de transformare a televiziunii în principala sursă de informare în masă în societățile contemporane, dar și posibilitatea de a compara, între jurnalele televizate, radiojurnale și ziare, cititorul unor astfel de ziare economice găsește în presa scrisă o sursă de informare complementară în raport cu activitatea sa. Din punctul de vedere al profilului socio-demografic, venitul ridicat, sectorul privat, studiile superioare sunt elemente de care depinde în mod esențial includerea unui individ în categoria reală sau potențială a cititorilor unui astfel de cotidian. Este vorba de un public informat, care emite judecăți de valoare critice la adresa modului în care sunt prezentate informațiile cuprinse în ziar: o informare mai detaliată, mai diversificată, mai deschisă către problemele economice, sociale, chiar științifice și tehnice. Accentul cade nu numai pe informații brute/primare, ci pe informații elaborate, pe analize imparțiale (neutralitatea jurnaliștilor) realizate de specialiști. Apartenența cititorului ziarelor economice la un anumit profil uman (individualist, activ, cu studii superioare) determină nevoia sa de a găsi în ziar informații utile pentru petrecerea timpului liber și consolidarea stilului său de viață.

### **2. ELEMENTE DISTINCTIVE PENTRU CITITORII UNUI ZIAR GENERALIST NAȚIONAL**

Principală trăsătură distinctivă care conturează profilul cititorului unui ziar național generalist este eterogenitatea sa, din perspectiva caracteristicilor socio-demografice și a trăsăturilor distinctivă ale stilului său de viață. Este vorba de un public mozaicat, cu centre de interes variate față de ceea ce citește zilnic în paginile acestui cotidian. De aceea nu se poate vorbi strict de un unic public al unui astfel de ziar, ci de categorii de lectori ai acestui ziar, categorii care sunt segmentate de-a lungul unor variate dimensiuni: socio-demografice, spațio-temporale, de relaționare, psiho-afective chiar. Determinanții cei mai importanți din această perspectivă sunt, nu atât includerea cititorilor în anumite grupuri sociale distincte, cât mai ales puternicul sistem de relaționare micro-grupal (familia nucleară standard) în care trăiește, constrângerile economice și financiare la care este spus (un procent semnificativ 54% dintre cititori declarând că au renunțat la lectura unui alt ziar în decursul ultimului an) și nevoia sa de orientare în spațiul social total. Este vorba mai mult de un lector interesat ca în mass-media să găsească informații referitoare la problemele economice și sociale cotidiene – de aici interesul său extrem de scăzut față de un text jurnalistic, centrat pe opinii personale sau comentarii subiective. Ceea ce îl diferențiază pe acest cititor este ceea ce am putea numi „ATIPICITATEA” sa. Mai explicit: Deși acest subiect investigat citește (uneori cotidian și în totalitate) anumite articole, și apreciază o anumită „agendă” internă a acestui titlu de presă, el nu acordă o încredere deosebită informațiilor, opiniilor și părerilor pe care le receptează în acest mod. Comparația cea mai elocventă, în acest caz, ar putea fi cu rolul pe care îl joacă radioul în viața

de zi cu zi a unei gospodine: Audierea unor programe pentru o casnică este deseori simultană cu realizarea unei alte activități, „ritmul” său de muncă fiind întrerupt numai de acordarea unei atenții deosebite acelor emisiuni care, sau prezintă ceva deosebit, sau sunt în general urmărite cu atenție, sau sunt informative (și deci importante). Din această perspectivă, lectura ziarului generalist este un ritual zilnic – normal, obișnuit –, dar care nu este însoțit de acordarea unor semnificații deosebite, informațiile nu sunt „încărcate” cu o viață proprie, nu capătă sens de „reper” orientativ, pentru activitatea cititorului acestui titlu de presă. Care sunt cauzele acestui fapt, care conduc la o atitudine aparent contradictorie (un individ uman citește un tip de materiale de presă, le apreciază, dar nu ar fi influențat de scoaterea lor în viitor din „corpul „ziarului”)?

1. Cea mai evidentă este atitudinea, mai degrabă critică, pe care acest cititor o are față de apropierea mult prea mare a ziarului de unele poziții politice deschise/implicarea ideologică a ziarului, plus opinia neutră asupra jurnaliștilor. Este foarte probabil ca „istoria” politicii editoriale a ziarului (implicit schimbările nu numai ideologice, ci și cele din corpul redacțional) să joace un rol extrem de important în conturarea acestui profil specific al cititorului său;

2. O altă posibilitate ar constitui-o chiar biografia personală a fiecărui sub-grup din audiența acestui canal media: actualmente, în mare parte regiunea, zona sau orașul în care el locuiește este constrânsă economic (se asociază parțial sau total cu amplasările geografice ale scăderii în nivelul de trai: Moldova plus Muntenia). Simultan, în aceste orașe lectura unui ziar (sau/și a unei cărți) este un semn de „prestigiu social” – nu trebuie pierdut din vedere faptul că majoritatea lectorilor acestui ziar sunt cel puțin absolvenți de liceu. Este posibil ca, în acest caz, să fie vorba de un „atașament provincial” față de un anumit titlu de presă pe care aceștia au început să-l citească, într-un moment din existența lor când dispuneau de resurse materiale mai bogate – ziarul generalist fiind invocat (posibil) în discuții, pentru a face comparații sau a emite judecăți și aprecieri. În decursul timpului, chiar dacă nu au mai regăsit în cadrul ziarului idei, opinii și păreri asemănătoare cu cele personale (cu titlu ipotetic, ziarul ar fi putut să fie de dreapta, dar cititorii și-au schimbat opțiunile ideologice – mai ales nedecarate – și au devenit de stânga) ziarul a devenit un însemn fie al unei poziții sociale din care se revendică (din nou, ipotetic, un profesor care se asociază unui statut social aparent ridicat, dar care în fapt financiar este plasat sub un întreprinzător particular), fie o sursă de opinii și idei care să mascheze adevăratele convingeri ale subiecților (faptul că el exprimă, public, un tip de opinie, dar în realitate aderă la poziția diametral opusă).

### 3. PARTICULARITĂȚI ALE CITITORILOR UNUI ZIAR GENERALIST REGIONAL

Principalele trăsături distinctive, care conturează profilul unui astfel de cititor, sunt eterogenitatea sa din perspectiva caracteristicilor socio-demografice și interesul față de problemele locale – „localismul” său. Este vorba de un public

mozaicat, cu centre de interes variate față de ceea ce citează zilnic în paginile acestui cotidian. De aceea, nu se poate vorbi strict de un unic public al acestui cotidian, ci de publicul acestui ziar în variate județe: publicul din județul X, cel din județul Z, sau S, de exemplu. Determinanții cei mai importanți din această perspectivă sunt: localizarea sa geografică într-un anumit județ sau localitate (unde se confruntă cu anumite probleme specifice), vârsta, nivelul de instrucție și statusul ocupațional – îndeosebi faptul că este sau nu încadrat în forța de muncă activă în plan local. Este vorba de un cititor interesat de problematica locală, care trăiește în micro-grupuri puternice (citează în 2–3 persoane un exemplar din ziar regional), interesat de problemele economice și sociale și mai puțin de aspectele legate de viața politică de la nivel central sau din exteriorul țării. Simultan, este un public care consumă, într-o proporție semnificativă, informațiile care îi parvin prin alte canale de comunicare în masă – îndeosebi prin intermediul televiziunii și al articolelor citite în alte cotidiane locale. Deși citirea acestui ziar are la bază îndeosebi un interes de cunoaștere, fragmentarea preocupărilor sale îl face să caute ca prin această activitate să-și petreacă „în mod agreabil” timpul liber – constituind deci, un „refugiu”, o evadare în fața realităților vieții. Din perspectiva percepției asupra obiectivității și independenței politice a cotidianului de acest tip, se poate remarca atitudinea mai degrabă critică pe care acest cititor o are față de apropierea mult prea mare a ziarului de unele poziții politice deschise ale ziarului. În schimb, din perspectiva acestor lectori, „obiectivitatea”, „cantitatea de informații” și „seriozitatea” se constituie în punctele forte ale ziarului.

VALENTINA MARINESCU

#### BIBLIOGRAFIE

1. BALLE, F., *Médias et société*, Paris, Montchrestien, 1990.
2. CAYROL, R., *Les médias*, Paris, P.U.F., 1991.
3. CURRAN J., GUREVITCH M., WOLLACOTT J., *Media Studies*, in M. Gurevitch, T. Benett, J. Woollacott (eds.), *Culture, Society and the Media*, Methnen Co. Ltd., 1982.
4. DRĂGAN I., *Paradigme ale comunicării de masă*, București, Editura Șansa, 1996.
5. HOWITT D., *Mass-media and Social Problems*, Pergamon Press, 1992.
6. GUNTER, A. FURNHAM, *Consumer profiles – An introduction to psychographics*, London, Routledge, 1992.
7. McKINNEY J. C., *Sociological Theory and the Process of Typification*, in J. C. McKINNEY, E. A. TIRYAKIAN (eds.), *Theoretical Sociology: Perspectives and Developments*, Appleton Century Crofts, 1970.
8. McQUAIL D., *Mass Communication Theory. An Introduction*, Sage Pbl., 1993.
9. McQUAIL D., *Media Performance. Mass Communication and the Public Interest*, Sage Pbl., 1992.
10. McQUAIL D., Windahl S., *Communication Models for the Study of Mass Communication*, Longman Ltd., 1989.
11. QUÉRE L., *Faut-il abandonner l'étude de la réception?*, în „Réseaux”, nr. 79/1996.
12. PETCU, M., *Tipologia presei românești*, Iași, Editura Institutului European, 2000.
13. SANDU D., *Statistica în științele sociale*, București, Universitatea București, 1992.

14. WATSON J., HILL A. (eds.), *A Dictionary of Communication and Media Studies*, Edward Arnold Pbl., 1993.
15. WINDAHL S., SIGNITZER B.H., OLSON J.T., *Using Communication Theory. An Introduction to Planned Communication*, Sage Pbl., 1992.
16. YANOWITZ M., *Communication, Mass*, in D. L. Sills (ed.), *International Encyclopedia of the Social Sciences*, vol. 3–4, Mcmillan Ltd., 1972.
17. ZAMFIR C., VLĂSCLEANU L. (coord.), *Dicționar de Sociologie*, București, Editura Babel, 1992.

#### IV. MEDIATIZAREA ACȚIUNILOR COLECTIVE ÎN DISCURSUL PRESEI SCRISE

Această parte din cercetare a inițiat analiza comparativă a acțiunilor colective, în discursul presei scrise din România și presa scrisă occidentală. Obiectivul general a fost constituit de analiza acțiunilor colective ca temă de mediatizare și resursă de comunicare socială, ca și a mecanismelor mediatice de influențare a opiniei publice. Obiectivul specific al studiului a fost surprinderea relației dintre comunicarea mass-media și conflictele politice. Cercetarea s-a focalizat pe următoarele direcții principale:

1. Delimitarea problematicii teoretice implicate: comunicare și acțiune socială, acțiune politică, forme de acțiune socială și politică, crize și conflicte sociale, politice, de muncă etc., medierea și rezolvarea crizelor și a conflictelor.

2. Problematika metodologică: metode și tehnici de studiu al formelor de acțiune socială și de mediatizare a lor, al crizelor, conflictelor, relațiilor interumane implicate, ca și metode și tehnici de intervenție sociologică în astfel de situații.

3. Studiu de caz: analiza conflictului / războiului din fosta Iugoslavie care a avut loc între anii 1991–1995 și a mediatizării lui\*. O astfel de analiză a presupus găsirea răspunsului la întrebări, precum: ce tip sau tipuri de conflicte au avut loc în fosta Iugoslavie în perioada menționată? la ce formă de conflict ne raportăm? unde și în ce moment a intervenit mass-media? care a fost rolul media și al mediatizării pe parcursul desfășurării evenimentelor?

În teoriile comunicării, conflictul este considerat o formă de comunicare, la fel cum este asocierea sau cooperarea. Acest fapt este explicat prin aceea că relațiile dintre părțile aflate în conflict fac necesară o formă de comunicare, așa cum se poate vedea cu ușurință nu numai în cazul conflictelor industriale, a acțiunilor polițienești sau a disputelor dintre indivizi, ci și în cazul războaielor.

Instituțiile media, principalii agenți ai difuzării primare, sunt angajate în producerea, reproducerea și distribuirea informației și a cunoașterii, în sensul cel mai larg, al seturilor de simboluri care își găsesc referința în experiența vieții sociale [McQuail, 1993, p. 51]. Informația și cunoașterea mediatizată modelează

\* Simona Ștefănescu, *Conflictele contemporane între strategile geopolitice și fundamentarea socială. Cazul din fosta Iugoslavie*, „Revista Română de Sociologie”, XII, 2001, nr. 5–6, p. 525–539.



percepțiile oamenilor despre lumea înconjurătoare, dau sens experiențelor lor, contribuie la îmbogățirea informației și cunoașterii din trecut și la asigurarea continuității înțeleșurilor curente din societate. Nu toate crizele și conflictele sunt mediatizate. Instituțiile media, oricum, constituie un teren contestat în ceea ce privește conceptualizarea, definițiile și transformarea societății și democrației în diferite părți ale lumii [Raboy & Dagenais, 1995, p. 8]. Cu atât mai contestată și contradictorie apare relaționarea lor cu crizele și conflictele politice.

Cercetarea s-a structurat de-a lungul unei dimensiuni pur *explorative*, prin care am căutat să identificăm trăsăturile distinctive ale unor fenomene sociale date – crizele și conflictele politice ca acțiuni colective – care s-a intersectat cu o latură *normativă*, alcătuită din corpusul de ipoteze și concepții derivate din studiile sociologiei comunicării de masă.

Am formulat următoarele *ipoteze generale*, referitoare la rolul jucat de mass-media în acțiunile colective, în general, și în crizele și conflictele politice, în special:

**A.** În situațiile de criză și/sau conflict între mai multe părți, principiul obiectivității sau independenței mass-media nu este respectat. Fiecare media are propriul său sistem de valori partinic, produsele lor mediatice având atitudini diferite, chiar părtinitoare sau discriminatorii, față de părțile implicate.

**B.** Într-o situație de conflict, mass-media contribuie la construirea unei anumite realități și a anumitor stereotipuri și reprezentări referitoare la grupuri sau minorități etnice, state și națiuni, lideri politici, în funcție de interese politice și geopolitice.

Acestea fiind ipotezele generale referitoare la relația mass-media –conflicte, în continuare redăm *ipotezele specifice*, particulare, despre mediatizarea conflictului iugoslav, ipoteze formulate pentru studiul propus:

**C.** Informațiile transmise de media occidentale diferă de informațiile transmise de media locale. Avem în vedere aici informațiile referitoare la aspectele importante, esențiale ale situației conflictuale. Prin verificarea acestei ipoteze am încercat să determinăm dacă media – fie ele internaționale sau locale – distorsionează faptele și sunt capabile să exacerbeze sau chiar să construiască o criză sau un conflict, și, mai ales, dacă sunt capabile să construiască anumite stereotipuri referitoare la părțile implicate.

Materialul pentru analiză, ales în scopul îndeplinirii principalului obiectiv al cercetării (studiul comparativ al presei scrise românești și occidentale), dar influențat și de considerente tehnice și materiale, a constat în articole selectate din 10 ziare: 6 occidentale („New York Times” [„NYT”], „Le Monde”, „International Herald Tribune” [„IHT”], „Frankfurter Allgemeine Zeitung” [„FAZ”], „Suddeutsche Zeitung” [„SDZ”] și „The Guardian”), respectiv 4 ziare „locale” – unul „extern” spațiului iugoslav, anume ziarul românesc „Adevărul”, și trei interne spațiului iugoslav, anume ziarele sârbești „Vecernije Novosti”, „Politika” și „Politika Ekspres”.

Metoda de cercetare pe care am utilizat-o a fost *analiza de conținut*, deoarece ne-a interesat, în primul rând, să aflăm dacă există o legătură cauzală între modalitățile de mediatizare a acțiunilor colective – crizelor politice – și desfășurarea și derularea propriu-zisă a evenimentelor. În acest scop, a fost nevoie de utilizarea unui sistem de decodare și interpretare a mesajelor media și a unei tehnici specifice de cercetare a conținutului manifest al mesajelor, pe baza cărora să putem face inferențe descriptive și cauzale. Am analizat articole apărute în ziarele menționate, în perioada 6–20 februarie 1994.

Grila analizei de conținut pe care am construit-o a cuprins 10 itemi. Pentru șapte din acești itemi, unitatea de înregistrare este constituită de temă, în timp ce pentru trei dintre ei, unitatea de înregistrare o constituie cuvântul. În primul caz am consemnat dacă tema respectivă apare în articol – așadar o temă poate să apară într-un articol cel mult o singură dată. În cel de-al doilea caz, am numărat efectiv cuvintele avute în vedere, de câte ori acestea apăreau în text. În cazul analizei itemilor focalizați pe teme, scopul cercetării a fost o surprindere „calitativă” a conținutului materialului și a mesajelor mai mult sau mai puțin explicate pe care acesta le cuprinde. În ceea ce privește itemii focalizați pe cuvinte, scopul a fost surprinderea „cantitativă” a diverselor teme analizate, măsura în care ele sunt sau nu mediatizate, dacă sunt excesiv folosite (de pildă în cazul anumitor concepte) sau dacă sunt ignorate / folosite rareori. Itemii analizați vor fi prezentați în cele ce urmează.

Cele trei categorii de itemi pentru care unitatea de înregistrare a fost cuvântul (adică respectivele cuvinte au fost numărate de câte ori au apărut în text) sunt:

**I. „Concepte”,** cu următoarele unități de înregistrare / cuvintele căutate și numărate în text: **1.** Purificare etnică; **2.** Genocid; **3.** Masacru, măcel; **4.** Crime, asasinate, atrocități, execuții (inclusiv „crime de război” sau „crime în masă”); **5.** Carnagiu; **6.** Catastrofă, tragedie; **7.** Baie de sânge; **8.** Teroare; **9.** Coșmar, infern; **10.** Fascism; **11.** (Act) oribil, oripilant, oroare; **12.** Act, război barbar, tribal; **13.** Atac terorist, terorism; **14.** Alungarea, izgonirea populației, deportați, refugiați; **15.** (Război de) exterminare în masă; **16.** Lagăre (de concentrare); **17.** Hitler (paralelă cu); **18.** Holocaust (un nou); **19.** Tortură; **20.** Dezastru, calamitate, dramă; **21.** Război de cucerire; **22.** Tribunale de război, de judecată, necesitatea înființării, funcționării lor; **23.** Înscenare, capcană.

**II. „Agenți” (state / organizații internaționale),** cu următoarele unități de înregistrare: **1.** ONU; **2.** NATO; **3.** „Căștile albastre” (FORPRONU); **4.** Întul Comisariat ONU pentru Refugiați; **5.** OSCE; **6.** UE; **7.** SUA; **8.** Germania; **9.** Franța; **10.** Marea Britanie; **11.** Italia; **12.** Occidentul (în general); **13.** Rusia; **14.** Țările islamice; **15.** Grecia; **16.** Țările vecine fostei Iugoslavii.

**III. „Agenți” (individuali),** cu următoarele unități de înregistrare: **1.** Slobodan Milosevic; **2.** Radovan Karadjic; **3.** Ratko Mladic; **4.** Momilo Kraisnik; **5.** Alija Izetbegovic; **6.** Haris Siladzic; **7.** Franjo Tudjman; **8.** Mate Boban; **9.** Boutros-Boutros Ghali; **10.** Manfred Woerner; **11.** Lordul David Owen; **12.** Thorvald Stoltenberg; **13.** Bill Clinton; **14.** Madeleine Albright; **15.** Helmut Kohl; **16.** Françoise Mitterrand; **17.** John Major; **18.** Boris Elțin; **19.** Papa Ioan Paul al II-lea.

Cele șapte categorii de itemi pentru care unitatea de înregistrare a fost tema (adică am consemnat prezența sau absența temei în articol) sunt:

**IV. „Evaluare sârbi”**, cu următoarele unități de înregistrare / teme: **1.** Evaluare pozitivă (atitudine favorabilă); **2.** Evaluare negativă (atitudine nefavorabilă); **3.** Atitudine / poziție neutră; **4.** Atitudine / poziție ambiguă, fluctuantă; **5.** Nici una.

**V. „Evaluare musulmani”**, cu aceleași unități de înregistrare ca la categoria IV.

**VI. „Evaluare croați”**, cu aceleași unități de înregistrare ca la categoriile IV și V.

**VII. „Definirea zonei de conflict”**, cu următoarele unități de înregistrare / teme: **1.** Zonă de conflict permanent, „butoiul cu pulbere” al Europei; **2.** Pericolul escaladării conflictului în întreaga zonă balcanică; **3.** Zonă de conflict ca urmare a apariției unui stat musulman în „inima Europei”; **4.** Paralelă cu izbucnirea primului război mondial (pericolul izbucnirii unui nou război mondial); **5.** Paralelă cu războiul din Golf; **6.** Paralelă cu războiul din Vietnam.

**VIII. „Cauze”**, cu următoarele unități de înregistrare / teme: **1.** Cauze „istorice” care „vin” din trecut (ură, antipatie nestinsă); **2.** Hotărârile liderilor politici militari locali; **3.** Complot, interesele Marilor Puteri occidentale (în general); **4.** Amestecul, interesele Germaniei; **5.** Agresivitatea, injustețea sârbilor; **6.** Agresivitatea, injustețea musulmanilor; **7.** Agresivitatea, injustețea croaților; **8.** Apărarea, dreptul legitim al sârbilor; **9.** Apărarea, dreptul legitim al musulmanilor; **10.** Apărarea, dreptul legitim al croaților; **11.** Incapacitatea (de a interveni), indiferența „comunității internaționale”.

**IX. „Stil”**, cu următoarele unități de înregistrare / teme: **1.** Emoțional; **2.** Impersonal.

**X. „Surse” (de informare)**, cu următoarele unități de înregistrare / teme: **1.** Surse „preluate” direct; **2.** Surse „preluate” (citate de surse media); **3.** Surse media (jurnaliste); **4.** Surse neprecizate.

O trecere în revistă succintă a rezultatelor cercetării relevă că, în ceea ce privește prima ipoteză, ea se confirmă, cel puțin parțial: fiecare ziar are propriul său sistem de valori partinic, articolele lor au atitudini părtinitoare față de părțile implicate: de pildă, părtinitoare față de sârbi (toate ziarele sârbești analizate) sau părtinitoare față de musulmani („IHT” și „FAZ”). De asemenea, ziarele analizate au, complementar, o atitudine negativă față de cealaltă parte implicată, cum o au ziarele sârbești față de musulmani sau „IHT”, „FAZ” și „NYT” față de sârbi. Am spus că se confirmă parțial pentru că există și cazuri în care ziarele nu sunt partinice, iar exemplul cel mai elocvent este reprezentat de ziarul britanic „The Guardian”, deși o anumită înclinație spre o anumită parte, anume spre sârbi, poate fi detectată și în acest caz (100% neutru față de sârbi, 50% neutru față de musulmani). De asemenea, ziarul românesc „Adevărul” se remarcă printr-o poziție nepartizantă (100% neutru față de sârbi, 61,5% neutru față de musulmani).

Verificarea celei de-a doua ipoteze relevă că, prin atitudinea adoptată, presa scrisă contribuie la construirea unei anumite realități și a anumitor stereotipuri referitoare la părțile implicate în acțiunile colective, respectiv în conflict. De

exemplu, dacă una din părți este denumită tot timpul cu termenul de „agresori”, iar alta cu termenul de „victimă”, opinia publică își va forma, cu timpul, această imagine ca fiind una valabilă și adevărată. De asemenea, cea de-a treia ipoteză, sau, mai bine spus, prima ipoteză specifică referitoare la mediatizarea conflictului iugoslav, s-a confirmat: informațiile transmise de media occidentale diferă de informațiile transmise de media locale. Ca o dezvoltare a subiectului, s-ar putea spune că media sârbești diferă de celelalte media, prin întreaga lor atitudine. De asemenea, ziarul „The Guardian” și, într-o oarecare măsură, ziarul „SDZ”, se diferențiază, într-un fel, de linia generală a ziarelor occidentale. În timp ce toate celelalte acuză, mai mult sau mai puțin explicit, sârbii pentru perpetuarea conflictului, cele două ziare amintite se mențin oarecum neutre față de părțile beligerante.

Alte concluzii interesante relevate de cercetare se referă la abundența, respectiv la lipsa de concepte „tari” utilizate pentru a caracteriza evenimentul studiat. Distingem două tipuri de ziare: ziare mai „bogate”, respectiv mai „sărace” în concepte. Din prima categorie fac parte:

– „Le Monde”, care utilizează termenul de „masacru/măcel” de 22 ori în 10 articole, adică cu o medie de 2,2/articol; „dezastru/calamitate/dramă” de 11 ori în 10 articole, adică cu o medie de 1,1/articol sau „crime/asasinate/execuții/atrocități” de 10 ori în 10 articole, adică cu o medie de 1/articol.

– „IHT”: „genocid” de 28 ori în 8 articole, cu o medie de 3,5/articol. De altfel, într-un singur articol, acest termen a apărut de nu mai puțin de 24 ori. Alte concepte des utilizate: „crime/asasinate” etc. de 21 ori / 8 articole, adică o medie de 2,6/articol, sau „masacru/măcel” de 10 ori în 8 articole (o medie de 1,3/articol).

– „FAZ”: „baie de sânge” de 6 ori în 5 articole (medie: 1,2/articol); „masacru/măcel” de 7 ori în 5 articole (1,4/articol) sau „genocid” de 6 ori în 5 articole (medie: 1,2/articol).

Din a doua categorie, a ziarelor care nu abundă în utilizarea unor concepte impresionante, fac parte celelalte ziare analizate („NYT”, „SDZ”, „The Guardian”, „Adevărul”, „Vecernije Novosti” și „Politika”).

„Agenții-state sau organizații internaționale” cei mai mediatizați s-au dovedit a fi ONU, NATO și FORPRONU (UNPROFOR). Numai în cazul a trei ziare, cel mai mediatizat „agent” de acest fel a fost altul: Franța, în „Le Monde” (de 56 ori în 10 articole, adică cu o medie de 5,6/articol) și în „Politika Ekspres” (Franța apare aici de 24 ori în 7 articole, adică cu o medie de 3,4/articol), respectiv SUA, în „IHT” (de 62 ori în 8 articole, cu o medie de 7,8/articol). În rest, cei mai des amintiți agenți sunt, așa cum spuneam, ONU (în „NYT”, „FAZ”, „The Guardian”), NATO (în „SDZ”, „Adevărul” și „The Guardian”) și UNPROFOR în toate ziarurile sârbești. Uniunea Europeană apare cel mai des în „IHT” (42 ori în 8 articole, medie de 5,3/articol), Rusia în „SDZ” (13/3, medie de 4,3/articol) și în „The Guardian” (16/4, medie de 4/articol), iar țările islamice în „FAZ” (9/5, medie de 1,8/articol).

În ceea ce privește cei mai mediatizați „agenți individuali”, observăm că aceștia nu sunt din spațiul iugoslav, ci sunt personalități occidentale: Boutros

Boutros Ghali, șeful ONU (în „NYT”, „Le Monde”, „FAZ”, „Politika Ekspres”) și Bill Clinton, președintele SUA („IHT”, „Adevărul”). Din personalitățile interne spațiului iugoslav, cel mai mediatizat apare Radovan Karadzic, în SDZ (13/3, medie de 4,3/articol) și în ziarul sârbesc „Vecernije Novosti” (3/3, medie de 1/articol). De remarcat este lipsa sau caracterul întâmplător al mediatizării, la acea dată, a celor trei personaje care au jucat un rol important în războiul din fosta Iugoslavie: Slobodan Milosevic, Franjo Tudjman și Alija Izetbegovic.

În trei ziare analizate apare câte o dată ideea zonei de conflict permanent, de Blacani ca „butoi cu pulbere” al Europei (în „NYT”, „Le Monde” și „FAZ”). Mai des apare ideea pericolului escaladării conflictului în întreaga zonă a Balcanilor (de 3 ori / 13 articole din „Adevărul”, de 2 ori / 5 articole din „FAZ”, și câte o dată în articolele din „NYT”, „Le Monde”, „IHT”, „SDZ”, „The Guardian”). În ziarele sârbești apare ideea zonei de conflict ca urmare a apariției unui stat musulman în „inima” Europei (câte o dată în „Vecernije Novosti” și în „Politika Ekspres”). De asemenea, remarcăm că ziarele occidentale fac diverse paralele: cu izbucnirea primului război mondial („FAZ”, „NYT”, „IHT”, „Le Monde”), cu războiul din Golf („Le Monde”, „FAZ” și „IHT”) sau cu războiul din Vietnam („IHT”).

Atunci când este explicat într-un fel sau altul conflictul din Bosnia, autorii diverselor articole respectă, în mare măsură, linia ziarului în ceea ce privește atitudinea față de subiect și mai ales față de unul sau altul din beligeranți. În „cauzele” prin care este explicat conflictul regăsim, în mare măsură, tipul de evaluare (pozitivă sau negativă) față de entitățile aflate în conflict. Apar, însă, și alte explicații. În „Le Monde”, ca și în „SDZ” și în „IHT”, se vorbește despre incapacitatea / indiferența comunității internaționale de a interveni eficient în conflict... Ziarele sârbești, la unison, identifică ca pe o cauză a conflictului agresivitatea sau injustețea musulmanilor: „Vecernije Novosti” (3/3, medie de 1/articol), „Politika Ekspres” (5/7, medie de 0,7/articol) și „Politika” (1/2, medie de 0,5/articol).

În ceea ce privește stilul în care sunt redactate articolele, ziarele se împart în două categorii egale ca număr. Într-un stil preponderent emoțional sunt scrise articolele din: „Vecernije Novosti” (100%); „IHT” (75%); „SDZ” (66,7%); „NYT” (62,5%) și „FAZ” (60%). Într-un stil preponderent impersonal sunt scrise articolele din: „The Guardian” (100%); „Politika” (100%); „Adevărul” (92,3%); „Le Monde” (60%) și „Politika Ekspres” (57,1%).

Ziarul american „NYT” se remarcă prin cele mai multe surse „preluate” direct, adică interviewate direct de jurnaliștii ziarului respectiv. Oricum, este singurul ziar, din cele analizate, ale cărui surse sunt preponderent oamenii, așa-numiții „martori”. Celelalte ziare folosesc, precumpănitor, fie surse media, pur și simplu, fie surse „preluate” interviewate de alte organizații media. În destul de multe cazuri, sursele nu sunt precizate, mai ales atunci când articolele sunt sub forma unor comentarii, cum ar fi de exemplu în „FAZ” (de 4 ori în 5 articole, medie de 0,8/articol), în „IHT” (4/8, medie de 0,5/articol), în „Le Monde” (5/10, medie de

0,5/articol), în „SDZ” (2/3, medie de 0,7/articol), în „The Guardian” (3/4, medie de 0,8/articol) și în „Vecernije Novosti” (2/3, medie de 0,7/articol).

În concluzie, această parte a cercetării conturează o perspectivă interesantă referitoare la mediatizarea acțiunilor colective. Acoperirea mediatică a unor evenimente cu semnificații deopotrivă politice și sociale, precum crizele și conflictele politice, relevă diferențe semnificative între mijloacele de comunicare în masă analizate, deopotrivă în ceea ce privește obiectivitatea lor, partizanatul, stereotipurile și formulările lor standardizate, care contribuie, adesea, prin prezentare repetată la construirea unei anumite realități, care se suprapune și o înlocuiește pe cea adevărată.

SIMONA ȘTEFĂNESCU

#### BIBLIOGRAFIE

1. CHELCEA, S., MĂRGINEAN, I., CAUC, I., (1998), *Cercetarea sociologică. Metode și tehnici*, Deva, Editura Destin.
2. McQUAIL, DENIS, (1993), *Mass Communication Theory. An Introduction*, Second Edition, London, Sage Publications, Newbury Park, Beverly Hills, New Delhi.
3. MIFTODE, VASILE, (1995), *Metodologia sociologică. Metode și tehnici de cercetare sociologică*, Galați, Editura Porto-Franco.
4. RABOY, MARC et DAGENAIS, BERNARD (eds.), (1995), *Media, Crisis and Democracy. Mass Communication and the Disruption of Social Order*, London, Sage Publications, Thousand Oaks, New Delhi.
5. SCHLESINGER, PHILIP, (1994), *Media, State and Nation. Political Violence and Collective Identities*, London, Sage Publications, Thousand Oaks, New Delhi.
6. VAN CUILENBURG, J. J., SCHOLTEN, O. and NOOMEN, G. W., (2000), *Știința comunicării*, București, Editura Humanitas.

## LOCUL ȘI ROLUL ETNOPSIOLOGIEI ÎN CADRUL ȘTIINȚELOR SOCIO-UMANE

MIRCEA MÂCIU

În abordarea și înfățișarea unei asemenea teme pornim de la ideea lui Lazăr Șăineanu, idee prin care gânditorul român *apreciază etnopsihologia ca știința cea mai vastă dintre toate științele socio-umane*, a cărei menire este de a evidenția: **a.** *evoluția primordială* a primelor popoare; **b.** *starea lor psihologică*; **c.** *dezvoltarea intelectual-psihologică* a popoarelor ajunse pe o înaltă treaptă de cultură. Ca apoi, pornind de aici să proiecteze o nouă lumină asupra originii și evoluției posterioare a graiului, psihologiei și inteligenței umane, momente premergătoare ale intrării omenirii „în epoca istorică a existenței sale”, epocă în care popoarele învață: **a.** *să gândească exact*; **b.** *să-și proiecteze și să-și înțeleagă interesele*; **c.** *să-și definească personalitatea*; **d.** *să-și pună bazele propriei lor creații, culturi, civilizații*.

### I. Actualitatea etnopsihologiei. Raporturile ei cu științele socio-umane

Pentru a fi în consens cu adevărul istoric este necesar să spunem că *orice știință se află într-o continuă actualitate*. Aceasta este în firea lucrurilor. Căci – așa cum spune Aristotel, în deschiderea lucrării sale *Metafizica*, – „toți oamenii au sădită în firea lor dorința de a cunoaște”, plăcere pe care o resimt – continuă Stagiritul – „pentru ea însăși, chiar când nu e vorba de urmărirea unui folos”.

Ideea se impune cu atât mai mult pentru etnopsihologie, știință socio-umană cu un câmp de activitate extrem de vast, de la *condițiile* geo-fizico-climatice, trecând prin *factorii* bio-psiho-socio-culturali, până la împlinirea ființei umane (sau a etniei căreia îi aparține) ca valoare creatoare de valori.

Avem în vedere, în primul rând, raporturile dintre etnopsihologie și geografie, și etnologie, și antropologie, științe ale căror obiecte de studiu le reprezintă: **a.** cercetarea și punerea în valoare a raporturilor dintre activitățile oamenilor și fenomenele naturale, care au loc sub învelișul geografic al zonei pe care o ocupă; **b.** studierea și evidențierea liniilor directe ale structurilor și evoluției popoarelor; **c.** cercetarea și cunoașterea originii, a evoluției și viabilității biologice a omului, în corelație cu condiționarea sa naturală și social-cultural-spirituală.

În acest prim moment al raporturilor etnopsihologiei cu geografia, etnologia și antropologia este vorba de a avea în vedere ideile lui Carl Ritter: **a.** omul ca partea cea mai de preț a planetei; **b.** pământul ca o „casă a educației” a genului

omenesc. Sau ideea lui Mihai Eminescu: **c.** „coadoptația este mediul ca parte din mine”. Adică „identificarea persoanei cu mediul”. Ori, cum remarca Vasile Pârvan, cuprinzând și haina istorică, popoarele sunt „modelate de pământul pe care prind rădăcini și se supun legilor lui. Și nu va fi putere pe lume, continua strălucitul gânditor, să le împiedice a tinde mereu să împlinească, veac după veac și mileniu după mileniu, propunerile legilor pământului lor. Nici o suferință, nici o jertfă, nici o sângereare nu le va înspăimânta. Nici o huzurare a păcii nu le va moleși până într-atât, ca să se supună fără luptă unor legi omenești străine, potrivnice pământului din care se hrănesc”.

Un al doilea moment al etnopsihologiei îl reprezintă raporturile sale cu istoria – definită de Iorga ca sociologie a trecutului, lingvistica, filologia comparată, științe care privesc și cercetează: **a.** apariția, dezvoltarea și împlinirea societăților umane în diversitatea și complexitatea lor; **b.** studiază limba, legile ei de dezvoltare, particularitățile limbilor și trăsăturile lor comune generale sau pe grupuri de limbi (romanice, germanice, slavice etc.); **c.** studiază comparativ textele vechi, scoate în evidență particularitățile lor, elementele comune, cât și locul și rolul lor în constituirea, determinarea și afirmarea liniilor de forță ale marilor culturi universale.

În spațiile de care se ocupă aceste științe se plămădește – cum spune Nicolae Iorga – „omul interior, ceea ce are fiecare din noi înăuntrul său, și din ceea ce are fiecare din noi înăuntrul său, unindu-se cu ceea ce au înăuntrul lor și alți oameni, se desface ceva în care fiecare își are aportul său, dar care constituie un fapt nou”. Adică se plămădește „sufletul comun al unei societăți”, care „este compus din ceea ce au oamenii unei societăți și din ceva nou, care se cheamă: spiritul unei vremi”. Istoria oricărei vremi – conchide Iorga – nefiind altceva „decât manifestarea, în anumită formă, a spiritului acelei vremi.”

Și, mergând mai departe, în timpul său, marele savant consideră că „istoria contemporană adevărată trebuie să însemne formarea omului modern, căutarea pretutindeni a elementelor din care s-a alcătuit el: straturi mai vechi, aporturi mai nouă, ca împrejurările în care s-a făcut legătura, contopirea. Atenția va trebui să treacă de la o țară la alta, în măsura în care ele, pe rând, sunt acelea care sporesc capitalul uman, care se adaugă la zestrea de milenii a omenirii”.

În linia gândirii istorice a lui Dimitrie Cantemir și a reprezentanților Școlii Ardelene, a lui A.D. Xenopol și Nicolae Iorga, Vasile Pârvan vine și el cu un puternic punct de vedere etnopsihologic. Istoria fiind și pentru el știința care aduce în prim-planul vieții sociale: **a.** înțelepciunea popoarelor; **b.** lămurirea rostului omenirii și a mersului ei; **c.** dragostea pentru înalte probleme ale cugetării și faptei omenești; **d.** psihologia faptelor de creație, cultură, civilizație ale etniei respective. Și ea, istoria, analizează și supune atenției contemporanilor sentimente, situațiuni sufletești, stări de conștiință, pe care însă le reazimă pe: **a.** „un fond istoric sigur”; **b.** întemeiat pe „logica eternă” a firii umane; **c.** așa cum „s-au întâmplat în adevăr faptele”; **d.** cu „pecetea specială” a vremii în care s-au petrecut; **e.** bazate pe „razimul adevărului istoric”. Și pentru a putea duce la împlinire astfel



de cerințe „se cere – subliniază Vasile Pârvan, citându-l pe Anghel Demetrescu – ca istoricul să fie și psiholog”. Mai mult chiar, remarcă Pârvan, pentru a cunoaște și înțelege un neam este obligatoriu ca cercetătorul să fie „și psiholog, și sociolog, și istoric”. Fapt care-l ajută la „alcătuirea treptat-treptat a caracterului specific național român, conștient de constituția sa specială și de viața nouă, originală, dată de el în imensa armonie a națiunilor lumii”. Această triplă ipostază generată de investigarea psihologică, sociologică, istorică îl duce pe cercetător de la cunoaștere mediată la coborârea „chiar în mijlocul poporului”, și de aici la „silința de a-l cunoaște nemediat, de la înțelegere la înțelegere și de la inimă la inimă”.

Aceasta este calea, ne spune Pârvan, care determină ca „unitatea culturală a tuturor românilor, la care acum se lucrează cu atâta spor”, să poată „deveni și de fapt o unitate culturală”, o „unitate națională-culturală a întregului popor românesc”, capabil a „lucra cu spor la gloria neamului”, și a ne face „să ne cunoaștem deplin, adânc, cu toți între toți și noi pe toți.” Ca „sufletele noastre să stea în comunitatea sfântă a idealului național cu toate coardele lor, din toate puterile inteligenței și cu toată devotarea dragostei de frați”.

În cadrul acestui al doilea grup, discutăm și despre științe (sau teorii, puncte de vedere) socio-umane, aflate în plină naștere și afirmare cum sunt: **a.** imagologia, principal auxiliar al cuprinderii și susținerii istoriei unui neam în istoria universală; **b.** psihologia empatiei, în calitate de cuprindere, înțelegere și suprapunere – până la identificare și susținere – cu trăirile celuilalt; **c.** psihologia imaginarului, disponibilitate a individului, ca *socius*, de a potența creația, cultura, civilizația comunității etnice respective.

Un al treilea set de științe socio-umane cu ale căror spații de cercetare etnopsihologia se interferează este sociologia – definită de Gusti ca istorie a prezentului, filosofia istoriei, axiologia, științe care-și centrează activitățile de cercetare tot mai mult asupra ființei umane și a etniilor ca valori creatoare de valori, și care ne arată că spre deosebire de alte științe socio-umane care se apropie de om cu acel „esprit de géométrie” (spirit geometric) etnopsihologia se apropie de om, îl cercetează și înfățișează cu acel „esprit de finesse” (spirit de finețe, de eleganță).

Un următor pachet, al patrulea, de științe socio-umane cu ale căror câmpuri de activitate intră în raporturi strâns determinante etnopsihologia sunt: psihologia, psihosociologia culturii, psihologia socială, științe centrate cu precădere pe surprinderea, cercetarea și înfățișarea omului ca ins social creator, membru activ al comunității etnice căreia îi aparține.

Câmpurile de activitate ale acestor științe sunt aproape identice, fiecare dintre ele punând un accent deosebit pe pătrunderea, surprinderea și înfățișarea: **a.** trăirilor intime ale ființei umane; **b.** a raporturilor dintre lumea internă și cea externă a insului social; **c.** a disponibilităților și capacităților acestora către creație, cultură, civilizație.

La confluența și interpătrunderea activităților de cunoaștere, ale etnopsihologiei cu ale celorlalte științe socio-umane se impune să precizăm că știința etnopsihologiei presupune, din partea subiectului investigator în domeniu, poate

mai mult decât în oricare altă știință: **a.** informație cât mai completă; **b.** prospețimea gândirii bazată pe experiență; **c.** originalitatea abordării și cercetării domeniului de care se ocupă; **d.** spirit critic, reflexiv, asupra faptelor pe care dorește să le folosească și pe baza cărora dorește să concluzioneze. Este necesar să menționăm că în acest caz, mai mult ca oricând, se impune ca informația să fie cuprinsă și folosită ca: **a.** fapt de cultură; **b.** instrument de putere; **c.** mijloc de a-ți face cunoscut programul.

În spațiile unor asemenea seturi de interferențe și de cooperări cu științele socio-umane, etnopsihologia ne apare și se constituie în știința cercetării și punerii în valoare a identității și nominalizării personalității fiecărei națiuni, ca valoare creatoare de valori. În același timp, etnopsihologia este știința cunoașterii și apropierei dintre națiuni, a ridicării acestora pe aceeași treaptă culturală. Căci, în spațiile cultural-spirituale ale umanității nu au loc decât egali între egali întru cultură, spiritualitate, mentalități, mod de a gândi și de a fi.

## II. Etnopsihologia ca suport al științelor socio-umane

Așa cum am văzut, etnopsihologia apare și se construiește la confluența, și susține interferența multor altor câmpuri de activitate ale științelor socio-umane. Cu timpul, în prezent și – mai ales – în viitor, se poate afirma ca o placă turnantă a științelor socio-umane. În concret, trebuie să spunem că etnopsihologia ne arată și ea, mult mai cuprinzător, mai clar și mai bine definit, că la temelia formării personalității ființei umane, a personalității etniilor ca valori creatoare de valori stă creația, cultura, civilizația.

O asemenea temă este extrem de generoasă. Ea se completează și parțial se suprapune cu psihosociologia culturii, pe care împreună cu etnopsihologia le definim ca științe ale identităților cultural-spirituale naționale, științe care surprind și înfățișează, fiecare cu specificul și metodele sale de cercetare, ființa umană sub toate structurile și câmpurile sale de activitate: **a.** bio-genetice; **b.** psiho-voliționale; **c.** cultural-creative; **d.** politico-administrative; **e.** moral-religioase.

Domeniul de activitate al etnopsihologiei se află la confluența și interferează cu cel al: **a.** psihologiei, care cercetează comportamentele și faptele psihice; **b.** al sociologiei, care cercetează realitatea și faptele sociale; **c.** al filosofiei istoriei, care se ocupă de activitățile și faptele cultural-spirituale. Aceste științe ne arată cum se grupează, în ce valori se concretizează diferitele manifestări ale culturii în interiorul unei anumite societăți, cu ce efecte pentru ființa și progresul acesteia.

Într-o primă definiție, am putea spune că etnopsihologia are ca obiect de cercetare personalitatea umană ca valoare creatoare de valori. În acest sens, a se vedea lucrările lui Constantin Rădulescu-Motru: *Puterea sufletească* (1907) *Elemente de metafizică* (1912); *Personalismul energetic* (1917), lucrări în care autorul își întemeiază și susține ideea conform căreia personalitatea umană este o valoare creatoare de valori. „În cartea eternității – menționează C. Rădulescu-

Motru la un moment dat – omul începe istoria personalității sale înscriind primele sale manifestațiuni artistice”<sup>1</sup>.

Gânditorul român cercetează, analizează și înfățișează chiar națiunile, personalitatea acestora, ca valori creatoare de valori. El este în consens cu Mihai Eminescu, gânditorul care spune că „individul trăiește în comunitate”, și „că aceasta este identică cu ființa lui”. Lui Eminescu fiindu-i „clar că comunitatea va trebui să aibă natura individului singular”, a cărei natură este aceea „de a fi o personalitate, de a se determina pe sine însuși”. Iar „această comunitate trebuie să fie o personalitate, nu o materie, o forță, un obiect, ci ea trebuie, după rațiunea ei absolută, să devie o personalitate”. Această „comunitate de oameni devenită personalitate – ne spune Eminescu – se numește stat”<sup>2</sup>. Și comunitățile naționale urmăresc și ele, mai ales în perioade de criză, să-și formeze, să-și întărească și să-și susțină caracterele, să-și cucerească „o putere sufletească”, să-și întărească firea proprie, pentru a învinge dușmănoasele împrejurări.

Lui C. Rădulescu-Motru îi era clar că „la popoarele culte, în special la cele europene”, credința în cultivarea caracterelor „și a puterii sufletești este unanimă”<sup>3</sup>.

Preocupările oamenilor de știință de a surprinde și înfățișa ființa umană, în integralitatea activităților și faptelor sale social-istorice, ne arată că zorii unor asemenea științe apar în spațiile activităților lui Giambattista Vico (1668–1744) în 1725, în lucrarea intitulată *Principiile unei științe noi cu privire la natura comună a națiunilor* (tradusă și în limba română de Nina Façon și apărută la Editura Univers în 1979).

Lucrarea reprezintă o mare deschidere pentru toate științele socio-umane moderne: psihologie cu toate ramurile ei, lingvistică, filologie, istorie, filosofia istoriei, sociologie, cu toate ramurile ei, folcloristică. Cum se vede din „noua știință”, ne spune Nina Façon, Vico descoperă unitatea fundamentală dintre membrii unităților sociale; intră în preistorie și regăsește în mituri unitatea contrariilor, care sunt determinante în alcătuirea statelor; reconstituie, din sinteza cunoștințelor particulare de istorie și filologie antică greco-romană și orientală, imaginea demitizată a începuturilor culturii și civilizației omenești, fixează, în istorie, locul și rolul instituțiilor civilizatoare: căsătoria, înmormântarea, cultul religios, legile juridice. Vico, subliniază la un moment dat Nina Façon, „reia temele fundamentale ale umanismului renascentist cărora le dă însă temelia concretă a istoriei, «demnitatea omului» apărând a fi rezultatul unei îndelungate înaintări de la animalitate la umanitate, de la rătăcirea de fiare la instituțiile juridice treptat apropiate de idealul dreptății, de la cunoașterea prin mituri, ca semn al ignoranței

<sup>1</sup> C. Rădulescu-Motru, *Personalismul energetic și alte scrieri*, București, Editura Eminescu, 1984, p. 137.

<sup>2</sup> Mihai Eminescu, *Fragmentarium*, București, Editura Științifică și Enciclopedică, 1981, p. 193–194.

<sup>3</sup> C. Rădulescu-Motru, *Personalismul energetic și alte scrieri*, București, Editura Eminescu, 1981, p. 113.

cauzelor adevărate, la cunoașterea rațională capabilă a descoperi raporturile reale dintre lucruri”<sup>4</sup>.

În „noua știință” a lui Vico se găsesc, credem, și primele începuturi ale etnopsihologiei, ca personificare a unei anumite comunități istorice, naționale, susținută și prin filologia clasică, și prin lingvistică, și prin artă.

Prin creațiile lor, oricât de rudimentare, primii oameni au căutat să intre în contact cu natura. Ulterior acestui prim moment au urmărit să-și facă, prin creațiile lor, cunoscute dorințele, sentimentele, gândurile, concretizate în mit, artă, religie, știință, prime forme ale spiritului uman. La baza dezvoltării acestora, a integrării, a sintetizării lor într-un tot unitar, coerent, indestructibil – cultura a stat limba.

La întrebarea cum se explică existența atâtor limbi câte popoare există, Giambattista Vico răspunde: „popoarele, dată fiind diversitatea climatelor, s-au diversificat între ele ca fire, iar de aici a provenit întreaga diversitate a moravurilor; tot așa, din firea și moravurile diferite ale popoarelor, s-au născut tot atâtea limbi; așa încât, pornind de la această diversitate a firii lor, popoarele au privit în mod diferit chiar ceea ce le era de folos și ceea ce le era necesar în viața lor de oameni, iar de aici au provenit obiceiuri ale națiunilor foarte diferite între ele și uneori chiar potrivnice; numai așa nu altfel au apărut atâtea limbi câte națiuni există”<sup>5</sup>.

Dintre gânditorii secolelor XVIII și XIX, care au avut un rol hotărâtor în întemeierea culturală a popoarelor, cu precădere a celui german, și deci au oferit temei apariției etnopsihologiei și a psihosociologiei culturii ca științe, ne oprim în primul rând, asupra lui Johann Gottfried Herder (1744–1803). El este gânditorul despre care Tudor Vianu spune că a prezentat „istoria culturii ca un proces unitar și ascendent”. Slujit în „fiecare etapă a lui de spiritul unei națiuni”. Între „cine suntem, care este originalitatea noastră”? sublinia Vianu, în linia gândirii lui Herder, „se limpezește pentru fiecare popor abia în operele lui numeroase, într-o lungă epocă de creație culturală”<sup>6</sup>.

Intrarea în cuprinderea și dezvoltarea problemelor fundamentale ale culturii, Herder și-o făcea cu următoarea precizare: „e de neconceput un popor care să fi avut mari poeți fără să fi avut o limbă poetică, buni prozatori, fără o limbă flexibilă, mari înțelepți fără o limbă exactă”. De aici și ideea sa, conform căreia criticii trebuie să învețe să-și cunoască limba. Și tot ei trebuie să se străduiască a o pregăti „pentru poezie, pentru filosofie, pentru proză”. Ei sunt chemați a înzestra „pe scriitor cu unelte”, a făuri poetului „săgeți de foc”, a da strălucire „armurii oratorului”, a ascuți „arme cugetătorului”.

Faptul principal, pe care Johann Gottlieb Fichte (1762–1814) îl pune la baza dezvoltării culturii germane, este educația poporului german. Sunt bine cunoscute cele 14 *Cuvântări către națiunea germană* rostite între 13 decembrie 1807 până la

<sup>4</sup> Giambattista Vico, *Principiile unei noi științe cu privire la natura comună a națiunilor*, București, Editura Univers, 1979, p. 34–35.

<sup>5</sup> Giambattista Vico, *op. cit.*, p. 163.

<sup>6</sup> Tudor Vianu, *Opere*, vol. 1, București, Editura Minerva, 1971, p. 128.

20 martie 1808, în plin război franco-german. Ele erau ținute în edificiul Academiei regale de științe, pe Unter den Linden. Iar autorul lor este apreciat ca un profesor care „are acest curaj rar de a îndrăzni să arboreze din nou drapelul națiunii germane”. Acest drapel pe care dușmanul (era în timpul ocupației militare franceze) „a pus stăpânire și-l calcă în picioare”.

Cuvântările lui Fichte rămân un punct de referință pentru întreaga cultură europeană. Ele ne arată intensitatea cu care a cultivat și susținut acesta măreția spiritului german, adâncimea simțului său cultural, mândria sa națională. Singurul rost al durerii noastre – preciza acesta în prima cuvântare, ținută în plină ocupație franceză – „este să fie pentru noi biciul care ne trezește la chibzuință, hotărâre, faptă”<sup>7</sup>.

Temeiul pe care Fichte caută să clădească personalitatea germanului, cât și a națiunii germane, în întregul său, este educația. Prin educație omul își dezvoltă limba, adică mijlocul de comunicare; cultura, adică instrumentul de luminare; istoria, adică suportul acțiunii și împlinirii sale ca neam. Acestea sunt, în concepția lui Fichte, mijloacele prin care se poate educa, forma și căpăta „un eu cu totul nou”. Care, cu timpul, să devină și să se manifeste „ca un general și național”. Și aceasta se poate realiza numai atunci când educația devine, se transformă în „arta de a forma oameni”.

Noua educație pe care o propune Fichte trebuie să o întregască pe cea veche, întemeiată pe cultură, artă, istorie, „adăugându-i iscusința de a pătrunde viața sufletească”. Aceasta face ca educația să fie nu numai „ceva ce se «posedă»”, cât mai ales să devină „o parte constitutivă din viața insului”, și să ajungă la „marea majoritate, poporul adică, pe care la drept vorbind, se bizuie ființa colectivă”. Educația să devină a națiunii. „Dintr-înșă să se împărtășească, fără deosebire, orice membru al națiunii”.

În concepția lui Fichte, educația trebuie să fie, după cum se vede, „arta luminată și sigură”, capabilă „să creeze în om o voință statornică și neapărat morală”.

Factorii pe care se întemeiază formarea și dezvoltarea națiunii sunt, în concepția lui Fichte, limba, educația, cultura, istoria, spațiul geografic. Idee preluată și dusă mai departe de Georg Wilhelm Friedrich Hegel (1770–1831) prin acel „Volksgeist” (spiritul poporului), pentru care a cunoaște și a explica istoria înseamnă „a dezvolta pasiunile omului, care constituie geniul ei, forțele ei active”. Știut fiind că, în concepția lui Hegel, „lumea cuprinde în sine atât natura fizică, cât și pe cea psihică”. Elementul substanțial constituindu-l „însă spiritul și cursul desfășurării sale”, ale cărui însușiri „nu ființează decât prin libertate”. Factorii principali activi ai istoriei fiind acțiunile oamenilor, determinate de necesitățile, pasiunile, interesele, caracterele și talentele lor.

<sup>7</sup> Johann Gottlieb Fichte, *Cuvântări către națiunea germană*, București, Editura Casa Școalelor, 1928, p. 9. Tot cu acest prilej el preciza: „Când o națiune și-a pierdut independența, a pierdut o dată cu aceasta și puțința de a se amesteca în firul vremii; de a hotărî în chip liber conținutul acesteia” (p. 6).

În centrul câmpurilor de activitate ale istoriei, Hegel situează omul – subiectul istoriei. Este dreptul nelimitat al acestuia „de a se satisface pe sine însuși prin munca și activitatea sa”. Atunci când oamenii au „interes pentru ceva, ei trebuie să se găsească pe ei înșiși în acel lucru, satisfăcându-și sentimentul propriului lor interes”. Tot în această carte Hegel preciza: „deși nimic nu se întâmplă, nimic nu se îndeplinește, fără ca indivizii care sunt activi în lucrul respectiv, să nu se fi satisfăcut și pe ei înșiși: oamenii sunt ființe particulare, deci cu necesitățile, impulsurile, interesele lor proprii în genere deosebite; printre aceste necesități nu se numără doar acelea ale propriilor trebuințe și voințe, ci și aceea a propriei înțelegeri, convingeri sau cel puțin a exprimării unei opinii, în cazul în care nevoia cugetării, a înțelegerii și a rațiunii s-a și trezit”<sup>8</sup>.

Atunci când discută în planul istoriei universale, în centrul activităților acesteia situează poporul, națiunea. Spiritul acesteia „nu reprezintă el însuși decât o individualitate în mersul istoriei universale”. Constituția „unui popor formează o substanță, un spirit cu religia sa, cu arta și filosofia sau cel puțin, cu ideile și reprezentările sale, cu cultura sa în genere”. Pentru Hegel, ca și pentru alți mari gânditori europeni „popoarele sunt ceea ce sunt înfăptuirile lor”. Un popor „este moral, virtuos, puternic în măsura în care realizează ceea ce voiește și își apără creația sa împotriva forțelor din afară prin străduința de a se obiectiva.”

Iată cum, încet, se conturează domeniul activităților etnopsihologiei și ale psihosociologiei culturii, ca fiind reprezentat prin cultură și artă (Herder), educație și limbă (Fichte) istorie și creație (Hegel).

Mai aproape de specificitatea obiectului etnopsihologiei și psihosociologiei culturii – personalitatea umană ca valoare creatoare de valori se află Heymann (Heinrich) Steinthal (1823–1899), Moritz Lazarus (1824–1903), Wilhelm Wundt (1832–1920). Primii doi au fost elevi ai lui Johann Friedrich Herbart (1776–1841). Toți trei sunt apreciați, pe drept cuvânt, ca fiind părinții psihologiei popoarelor (*Völkerpsychologie*), ale căror lucrări *Zeitschrift für völkerpsychologie und Sprachwissenschaft*, apărute în 20 de volume între 1859–1890, din inițiativa lui Steinthal și Lazarus, și lucrarea lui Wundt *Völkerpsychologie*, apărută în 10 volume, între 1900–1920, au reprezentat un moment de cotitură în apariția multor științe socio-umane contemporane. Deci și a apariției și a dezvoltării etnopsihologiei.

Despre lucrările gânditorilor citați mai sus, Dimitrie Gusti spunea că au avut o covârșitoare influență în enorma literatură a științelor spiritului. Lucrările lor marchează un moment hotărâtor în abordarea, cercetarea și înfățișarea culturii. Iar o dată cu aceasta își propun să lămurească, cum spune Tudor Vianu, „fenomenalitatea psihică a individului creator de cultură”. Și să încerce a lămuri obiectul psihologiei popoarelor „în legătură cu opera de cultură a unui timp sau a omenirii în general”. Încercând să „stabilească multiplele relații pe care diferitele domenii ale spiritului le întrețin între ele, în unitatea culturii”<sup>9</sup>.

<sup>8</sup> Georg Wilhelm Friedrich Hegel, *Prelegeri de filosofie a istoriei*, București, Editura Academiei, 1968, p. 25.

<sup>9</sup> Tudor Vianu, *Opere*, vol. VIII, București, Editura Minerva, p. 7.

Între disciplinele științifice care studiază aceste multiple domenii ale spiritului se află – în epoca contemporană – și etnopsihologia. Pentru a cuprinde și înțelege mai bine problematica de care se ocupă și pe care o studiază, este obligatoriu să ne oprim și să adâncim puțin definițiile psihologiei, sociologiei și filosofiei istoriei – științe cu un grad asemănător de generalitate, și să observăm raporturile lor de susținere reciprocă cu etnopsihologia.

**1. Psihologia** – suport principal al etnopsihologiei. Psihologia este apreciată ca: **a.** „știință a faptelor psihice”. Termenul a fost folosit încă din secolul al XVI-lea. Din secolul al XVIII-lea a devenit uzual. Christian Wolf (1679–1745) este cel care l-a utilizat în lucrările sale *Psychologia empirica* (1732) și *Psychologia rationalis* (1734); **b.** „știință a vieții mentale, a fenomenelor și condițiilor acesteia”, definiție dată de William James (1842–1910) în 1890; **c.** Oprindu-se asupra psihologiei moderne, Gusti observă că aceasta „dezvoltă, alături de psihologia individuală, o psihologie colectivă sau socială”, diferențiată, la rândul său, în numeroase ramuri care „se ocupă de viața psihică religioasă, psihică artistică, psihică economică etc.”<sup>10</sup>; **d.** Paul Popescu-Neveanu definește psihologia ca „știința despre psihic și comportament”. Obiectul său îl reprezintă, pe de o parte, faptele, stările, acțiunile, procesele, însușirile, structurile, comportamentele ființei umane, iar pe de altă parte sistemul de cunoștințe, reprezentări, modele descriptive sau conceptuale, legi, clasificări și metode din care constă psihologia și pe care le extrage din studiul domeniului său și le raportează la acesta. Avem deci latura ontică și latura epistemică.

Psihologia are astăzi – ne spune I. M. Nestor – o sferă de cuprindere „apreciabil lărgită în ceea ce privește viziunile și conținutul”. De la a se ocupa de sentiment, intelect, voință, a trecut și este considerată ca o „disciplină a faptelor de conștiință a tot ceea ce este «subiectiv» și devenit conștient ființei umane”. Ea „nu mai este nici roaba filosofiei, nici a fizioneurologiei și nici măcar o «colonie» a filosofiei”<sup>11</sup>.

Dimitrie Gusti merge mai departe. Pentru el psihologia și etica „alcătuiesc bazele explicative și normative ale tuturor științelor spiritului”, în cadrul cărora se înscrie, evident, și etnopsihologia și psihosociologia culturii. Acțiunile lor fiind „călăuzite” ca și ale economiei sau axiologiei „de judecăți de valoare”, notele lor specifice fiind, de asemenea, activitatea voinței, fixarea unor scopuri, determinarea valorii lor, cât și acțiunile prin care sunt îndeplinite.

Psihologia are ca obiect, în concepția lui Vianu, spiritul, conștiința ființei umane. Grijă ei trebuie să fie a nu psihologiza logica sau estetica, morala sau teoria cunoașterii.

Ne oprim aici cu definițiile științei psihologiei, mai ales că astăzi se discută tot mai mult despre un sistem al științelor psihologice.

Prin urmare, avem psihologia generală. Principalele ei componente sunt: **a.** psihologia experimentală; **b.** psihologia etnică (sau etnopsihologia); **c.** psihologia socială.

<sup>10</sup> Dimitrie Gusti, *Opere*, vol. I, București, Editura Academiei, p. 428.

<sup>11</sup> I. M. Nestor, *Psihologia industrială. Considerații practice de organizare*, București, Editura Politică, 1974, p. 9.

Psihologia experimentală caută să degaje legile generale la care se supune orice individ, spre a scoate mai bine în relief ceea ce este singular, ireductibil, ceea ce diferențiază un individ de altul. Fiecare fiind considerat ca valoare. Discutându-se concomitent și de o psihotehnică a obiectului: unelte de lucru, mașini, loc de muncă etc., și o psihotehnică a subiectului: comuniune de aptitudini, psihologia muncitorului, funcționarului, intelectualului, omului politic etc.

Psihologia etnică (sau etnopsihologia se structurează și ea, la rândul său, pe câteva direcții fundamentale: **a.** psihologia spațiului: climă, relief, condiții de viață; **b.** psihologia culturii, condiționată, la rândul său, istoric, al experienței de viață și de muncă; **c.** psihologia credințelor religioase, a obiceiurilor și datinilor.

Psihologia etnică (*Völkerpsychologie*) este știința care poate oferi cadrul studierii fenomenelor sufletești complexe și superioare, așa cum apar în creațiile culturale: limba, religia, morala, arta etc.<sup>12</sup>.

La sfârșitul secolului al XIX-lea și începutul secolului XX toate curentele de idei, indiferent de proveniență ideologică, se luptau să impună problema culturii și a istoriei în prim planul filosofiei. De aici și filosofia istoriei, filosofia culturii, filosofia valorilor, științe care lucrează cu metoda individualizatoare. Faptul istoric este concret, individual. El se împlinește ca fapt etnic de cultură, ca realitate ce conține sau stă în legătură cu o valoare a culturii.

*Völkerpsychologie* a lui Wilhelm Wundt, spune Gusti, a „avut cel mai profund ecou în filologie, teologie și știința artelor”. În același context al discuțiilor despre locul și rolul psihologiei în viața socială, al dezvoltării ei într-un „sistem de științe psihologice” structurat pe psihologie fiziologică, psihofizică, psihologie comparată, discută și despre „psihologia etnologică și socială”, știință care „presupune cunoștințe de etnologie comparată”<sup>13</sup>.

Reîntorcându-ne la psihosociologia culturii trebuie să observăm că ea presupune din partea individului ca *socius*: **a.** disponibilitatea de a face ceva; **b.** voința de a duce la îndeplinire ceea ce și-a propus să facă; **c.** responsabilitatea actelor sale.

**2. Sociologia** – știință a întregurilor sociale. Pentru a lărgi sfera de cunoaștere a ceea ce cuprinde și desemnează etnopsihologia și psihosociologia culturii este obligatoriu să poposim puțin și asupra sistemului științelor sociologice. Observând, dintr-un început că și sociologia se subdivide în câteva ramuri principale. Avem de-a face cu sociologia generală, care în concepția lui Petre Andrei „cercetează realitatea socială așa cum este ea, o descrie, analizează factorii sociali, caută tipuri de societăți, fără a se ocupa deloc de valoarea lor”. Sociologia, menționează acesta, „nu studiază progresul social-istoric și nu face judecăți de valoare”, acestea „rămânând exclusiv în sarcina filosofiei istoriei”<sup>14</sup>. Iar Dimitrie Gusti, profesorul lui Petre Andrei, definește sociologia ca „știința realității sociale”. Ea, sociologia,

<sup>12</sup> Tudor Vianu, *Opere*, vol. I, București, Editura Minerva, p. 110.

<sup>13</sup> Dimitrie Gusti, *Opere*, vol. I, București, Editura Academiei, p. 212.

<sup>14</sup> Petre Andrei, *Sociologia generală*, ediția a II-a, București, Editura Academiei, 1970, p. 83.



fiind studiul realității sociale „nu are ca obiect societatea, una singură și aceeași în toate timpurile și în toate locurile, ci unitățile sociale concrete, singurele forme în care trăiește societatea”. Când spunem știința realității sociale, continuă Gusti, „înțelegem deci știința unităților sociale, în formele numeroase și variate în care se găsesc ele răspândite pe pământ”.

Și sociologia cunoaște, ca și psihologia, dezvoltarea unui adevărat sistem al științelor sale, de la sociologia activităților agricole până la sociologia activităților industriale sau activitățile de educație.

Noi nu ne vom opri decât asupra sociologiei culturii și a sociologiei valorilor. Cu studiul lor s-a ocupat Petre Andrei (1891–1940); Lucian Blaga (1895–1961); Tudor Vianu (1897–1964), Mihai Ralea (1898–1964).

Sociologia culturii este definită de Tudor Vianu ca știința care studiază cultura „în legătură cu scopurile omenești”, ca „acea acțiune de promovare a omului la rolul de agent creator al sorții sale”, ca „act de afirmație a libertății omenești”, care „tinde să promoveze pe om în rolul de agent creator al destinului său”<sup>15</sup>. În acest context, definește Vianu societatea ca și Dimitrie Gusti (1880–1955) ca o „realitate spirituală superioară indivizilor” care o compun. Agenții propagării culturii fiind: tradiția, familia, școala, producția spirituală în toate domeniile, în domeniul științific, artistic, juridic etc.

Sociologia culturii este știința care poate răspunde la întrebarea care sunt factorii determinanți ai culturii? Și Vianu precizează că acești factori sunt: **a.** mediul natural; **b.** factorul etnic, căci cultura, continuă Vianu „devine ceea ce este și după indicația geniului național, a geniului etnic care o comandă”; **c.** un rol important în orientarea culturii îl au și oamenii mari, inventatorii culturii din toate domeniile; **d.** hazardul, definit ca rezultatul întrunirii a două serii cauzale deosebite.

Punctele de vedere pe care le ocazionează sociologia culturii sunt: **a.** unii privesc obiectul sociologiei culturii ca o însumare neconținută de valori; **b.** alții consideră culturile ca unități închise fără corespondență între ele; **c.** iar a treia categorie susține că deși culturile n-au comunicații între ele, în interiorul lor, deși diferite, „urmează un drum identic, în așa fel încât se pot stabili corespondențe între aceste evoluții discontinue, paralele”<sup>16</sup>.

În fapt, când vorbim de sociologia culturii este obligatoriu să ne raportăm și să o raportăm la sociologia valorii, definită de Petre Andrei drept „cercetarea elementelor sociale din valoare, de unde rezultă și diferitele spețe de valori”. Mai exact spus „prin sociologia valorii se înțelege studiul înfățișării valorii în societate” sau mai clar „legătura dintre valoare și realitatea socială”. Cunoscut fiind că orice valoare reprezintă o creație a omului. Și că „valoarea devine motivul tuturor acțiunilor, deci a întregii vieți sociale”, căci „esența vieții sociale, a realității sociale, este activitatea”<sup>17</sup>.

<sup>15</sup> Tudor Vianu, *Opere*, vol. VIII, Editura Minerva, 1979, p. 350–351.

<sup>16</sup> *Ibidem*, p. 355.

<sup>17</sup> P. Andrei, *Filosofia valorii*, Fundația Regele Mihai I, 1945, p. 115–116.

În acest punct se întâlnește sociologia valorii cu sociologia culturii. Valorile fiind realizate, în concepția lui Petre Andrei „în forme generale de cultură”, ele „sunt bunuri culturale din viața istorică”, iar cultura, în întregul său, se prezintă ca o sinteză de valori.

Pentru a ajunge la stadiul de a crea valori, ființa umană trebuie să aibă ea însăși o experiență socială îndelungată, concretizată în fapte de istorie, știință, cultură, ce cuprind și exprimă atât activitățile de creație, oricât de primară, ale acesteia cât și conștiința sa concretă, reală, vie privind soarta și destinul său în timp. Acesta, timpul, fiind exprimat de C. Rădulescu-Motru prin timp vital, psihologic și istoric. Substanța timpului, în oricare dintre formele sale, ne este dată de ideea de prevedere, care presupune a cerceta (a cunoaște) pentru a prevedea; a prevedea pentru a putea; a putea pentru a crea.

Acest spectacol al luptei individului ca *socius*, pentru a cuceri natura și propria sa ființă, se întemeiază pe următorii factori: **a.** afirmarea vieții sale – și prin analogie a grupului social – ca având o valoare hotărâtă în mijlocul universului; **b.** dinamica ireversibilului adică curgerea continuă, în termeni heracliteeni, în sensul de antropomorfizare a mersului naturii după procesul de îmbătrânire a omului; **c.** imposibilitatea omului de a se reîntoarce la origini decât numai prin decădere.

Științele care au ca obiect viața omenească sunt, în concepția lui Constantin Rădulescu-Motru, psihologia, științele sociale, științele istorice. Între ele, și derivând din ele, vine și se impune etnopsihologia al cărei obiect de cercetare, studiu și cunoaștere este personalitatea umană ca valoare creatoare de valori, sau națiunea ca valoare creatoare de valori.

Pentru a ajunge la o înțelegere mai clară a acestui fapt este obligatoriu să ne oprim și să discutăm despre coordonatele în care se formează, se dezvoltă și se afirmă personalitatea umană ca valoare creatoare de valori.

Avem de-a face, în primul rând cu spațiul geografic. Și să observăm că el se exprimă, în cazul poporului român, după cum spune, și Nicolae Iorga, și Simion Mehedinți, prin: **1.** Continuitatea rasei. Poporul român este unul dintre cele mai vechi popoare din Europa; **2.** Continuitatea blocului etnic. În acest caz, densitatea populației explică stabilitatea și continuitatea blocului etnic; **3.** Cauzele stabilității etnice: aglomerația din Carpați și din regiunile pericarpatice a fost facilitată printr-un mediu geografic excepțional de favorabil; **4.** Continuitatea etnică. Persistența milenară a poporului român în Carpați se întemeiază, între altele, pe o concepție unitară despre viață, moștenită de la Zalmoxis și întărită prin creștinism; **5.** Continuitate politică. În întreaga regiune Carpato-Balcanică statul român are o continuitate neîntreruptă din timpul Evului Mediu până în zilele noastre; **6.** Integrarea (sau unitatea organică) antropogeografică. „Țara și poporul român constituie un tot organic”.

Aceasta este concepția lui Nicolae Iorga și Simion Mehedinți despre mediul geografic al poporului român, ca factor determinant în așezarea, formarea și dezvoltarea sa cultural-istorică<sup>18</sup>.

<sup>18</sup> Simion Mehedinți, *Le Pays et le peuple roumain*, 1941.

Subliniind o asemenea idee a unității indestructibile dintre români și spațiul lor geografic, Dimitrie Gusti spunea „Românii sunt un popor carpatic, iar Carpații reprezintă o lume românească”<sup>19</sup>. Tot lui Gusti îi aparține schema social-culturalului național, conform căreia avem de-a face cu: **1. Spațiul social-geografic**, exprimat prin: **a.** populație; **b.** manifestări economice, culturale, religioase; **c.** instituții administrative, politice, juridice; **2. Factorul uman-biologic**, care presupune a ne ocupa de: **a.** antropologie; **b.** problema raselor; **c.** sănătatea publică, demografie; **3. Cadrul cultural-istoric**, acesta presupune, de asemenea, a studia problemele de: **a.** filosofie a istoriei; **b.** istoria socială; **c.** filosofia culturii; **4. A cerceta desfășurarea în timp a:** **a.** sistemelor de educație; **b.** proceselor sociale; **c.** tendințelor de tranzație, creștere, descreștere, privite liniar, ciclic, de lungă durată, de scurtă durată. Adică, morfogeneza socială; **5. Cadrul psihic**. Cere să ne ocupăm de: **a.** psihologia experimentală; **b.** psihologia etnică (*Völkerpsychologie* – etnopsihologie); **c.** psihologia socială; **6. Cadrul spiritual**. Presupune a ne ocupa de creațiile culturale exprimate prin: **a.** folclor; **b.** literatură; **c.** artă (muzicală, coregrafică, teatrală, plastică); **d.** credințele (magice-superstiții, religioase etc.); **e.** lingvistică.

În analiza psihosociologică a factorului uman, trebuie să avem în vedere câteva momente ale afirmării și impunerii sale: **1. Individul condiționat de:** **a.** spațiul geografic; **b.** mediul climatic; **c.** resursele de hrană; **2. Individul condiționat de instincte:** **a.** foame; **b.** reproducere; **c.** apărare; **3. Individul ca socius**, membru activ al comunității etnice căreia îi aparține, își desfășoară activitățile în spațiile a trei seturi de valori: **a.** valori absolute natural-genetice: sănătatea, puterea, frumusețea fizică. Avem de-a face cu acel *mens sana in corpore sano*; **b.** valori-bunuri, necesare asigurării condițiilor sale materiale și de civilizație. Ele sunt valori create, și au un rol important „în conservarea ființei aceluia care le dorește, individ sau colectivitate”; **c.** valori cultural-spirituale necesare menținerii și înălțării omului în lumea creațiilor filosofice, artistice, științifice. Și ele sunt valori create, fiind însoțite însă „cu o conștiință instrumentală într-un chip caracteristic, care, după felul valorii, ia forma unei înălțări, îmbogățiri, intensificări, purificări etc.”<sup>20</sup>.

Pe aceste seturi de valori se întemeiază și prin ele se menține, în măsură crescândă, etnopsihologia. Ele ne arată că ființa umană se ridică deasupra stării naturale, prin dezvoltarea și exercitarea puterilor sale spirituale și morale, prin actele sale de creație, cultură, civilizație.

**3. Filosofia istoriei** – dimensiunile ei etnopsihologice. Începând cu Herder, dar mai ales cu Humboldt, ne spune Tudor Vianu, idealul de cultură devine sufletul individual. „Omul izolat devine agentul culturii”. Există, spune Herder, „o educație a speței omenești, tocmai pentru că fiecare om devine un om cu adevărat numai prin educație și pentru că întreaga speță nu trăiește decât în acest lanț de indivizi.”

Înălțarea istoriei, ne spune Hegel în *Prelegeri de filosofie a istoriei*, pornește de la popoarele orientale ale antichității care nu aveau conștiința libertății lor. Trece

<sup>19</sup> Dimitrie Gusti, *Știința Națiunii în Enciclopedia României*, vol. I, București, Imprimeria Națională, 1938, p. 21.

<sup>20</sup> Tudor Vianu, *Opere*, vol. VIII, București, Editura Minerva, 1979, p. 94.

prin istoria greco-romană, conștientă că unii dintre ei sunt liberi. Și ajunge la națiunile germanice, în era creștină, conștientă că „omul ca om este liber și că libertatea spiritului constituie natura sa proprie”.

Gânditorii germani, începând cu Nietzsche, susțin că sensul și finalitatea culturii atârnă de „trezirea puterilor creatoare orientate către absolut și etern”, ne spune Tudor Vianu. Iar definiția analogică a culturii, gânditorul român o întemeiază pe trei elemente: **1.** ideea de activitate; **2.** ideea unei naturi ale cărei posibilități cultura le dezvoltă; **3.** ideea unei valori care conduce opera culturii, în lumina căroră înțelegem fapta culturală ca adaos creator în procesul realității social-culturale. Și prin care aceasta își completează neîntrerupt sensul său spiritual: prin acte de creație, cultură, civilizație subordonate tensiunii lăuntrice sufletești, care se poate dezvolta până la a resimți creațiile spiritual-culturale ca valori capabile să-i înobileze și să-i înalțe personalitatea către sfere mai înalte ale culturii totale, capabilă a-i dezvolta ființei umane „capacitatea de a trăi lumea aceasta sub toate aspectele ei, a o prețui în sensul tuturor valorilor pe care ea în mod virtual le închide”<sup>21</sup>.

O asemenea temă poate să nu fie atinsă nicicând, continuă Tudor Vianu. Ea trebuie însă „să ne plutească înainte ca un ideal care trebuie să conducă silința noastră culturală”.

În spațiile etnopsihologiei, o asemenea direcție se înscrie ca o primă idee-forță. Ea se împlinește și se întregeste și prin alte „finalități culturale ale omenirii”. Susținută și prin civilizație, le împlinește dorința de a completa efortul omenesc cultural în cât mai multe direcții spirituale. Căci și „valoarea pe care civilizația și-o propune este o valoare demnă de a fi urmărită și realizată, după cum sunt toate valorile care conduc silințele creatoare ale omenirii”<sup>22</sup>.

### III. Cultura – temei al etnopsihologiei

Cu aceasta am ajuns la momentul în care trebuie să fixăm structura etnopsihologiei, chiar pe terenul culturii. Temă în legătură cu care este obligatoriu să reamintim că ființa umană ca personalitate depinde de câteva seturi de valori: **a.** bio-genetice, concretizate în sănătate, putere, frumusețe fizică etc.; **b.** psiho-voliționale concretizate, în primul rând, în disponibilitatea individului de a se angaja în a face ceva, în dorința de a-și împlini personalitatea; **c.** cultural-creative, concretizate în disponibilitatea și efortul individului de a se manifesta ca personalitate; **d.** politico-administrative, concretizate în responsabilitatea insului social de a-și pune forțele în slujba cetății, a statului, în folosul conaționalilor săi; **e.** moral-religioase, concretizate în efortul de a educa altruismul cetățeanului.

Discutate într-un alt registru, putem spune că originea personalității umane, înălțimea ei social-spirituală sunt de ordin biologic, psihologic, sociologic, culturologic. Temeiuri pe care personalitatea se poate înălța la omul total, căci

<sup>21</sup> *Ibidem*, p. 157.

<sup>22</sup> *Ibidem*, p. 158.

personalitatea umană „nu este un dar al naturii”, ea nu se obține „prin simpla naștere”. Dimpotrivă, „este o achiziție a culturii”, se „dobândește numai pe căi culturale”. Personalitatea umană, precizează Traian Herseni, „se construiește treptat în decursul ontogenezei, a dezvoltării de la copilărie la maturitate, prin afirmarea socială și integrarea activă, creatoare, în viața social-istorică, de unde și grade de personalitate, de la cele microistorice la cele macroistorice, de la cele locale sau regionale la cele naționale și cele universale”<sup>23</sup>.

Să mai notăm, împreună cu Traian Herseni, Mihai Ralea, Tudor Vianu, Dimitrie Gusti și mulți alți gânditori români că personalitatea umană este cercetată, așa cum am văzut, și de biologie și psihologie, antropologie și istorie, sociologie și etică etc. Și mai recent de etnopsihologie. Știut fiind, conchide Traian Herseni, „că orice creație de mari proporții angajează toate «etajele» personalității umane și toate laturile ei esențiale”<sup>24</sup>.

Pentru a cuprinde și înțelege structura etnopsihologiei, al cărei obiect de cercetare este personalitatea ca valoare creatoare de valori, este obligatoriu să ne oprim prioritar asupra structurii culturii: **a.** cultura ca acțiune de promovare a omului în rolul de agent creator al sorții sale; **b.** cultura ca fenomen social-istoric prin excelență; **c.** mijloacele pe care le oferă societatea pentru realizarea culturii; **d.** factorii determinanți ai culturii: **1.** mediul natural; **2.** factorul etnic; **3.** oamenii mari; **4.** hazardul.

Cultura poate fi determinată, ne spune Tudor Vianu, preluând ideea lui Alfred Weber, ca o entelehie, în înțelesul pe care-l dădea Aristotel acestui cuvânt. Adică „o forță dinamică, o forță care activează produsele spirituale ale unei culturi dintr-un anumit centru intern de idealitate, legând între ele aceste manifestări tocmai prin comunitatea rădăcinilor”<sup>25</sup>.

Pentru a ajunge însă la un asemenea înțeles al culturii este obligatoriu să ne oprim mai detaliat asupra structurii culturii. Și înainte de toate să vedem că Mihai Eminescu percepea cultura unui popor ca reprezentând: „suma întregii sale vieți spirituale; aspirațiunile și făptuirile sale în artă și știință, moravurile și obișnuințele sale”. Gradul de cultură al poporului fiind condiționat în concepția marelui gânditor, pe de o parte, „după numărul și valoarea produselor vieții spirituale și a toatei activități interne”, pe de altă parte „după numărul aproximativ al tuturor acelor, cari au dat naștere acestor produse și al acelor cari au merite întru producerea și conservarea lor”<sup>26</sup>.

În cadrele unei asemenea circumscrieri, întâiul stătător și purtător al spiritului nostru național modern, are în vedere, de asemenea, raportul dintre cultura materială, a faptei, și cea spirituală, a gândului. Condiționând cultura de: **a.** inteligența

<sup>23</sup> Traian Herseni, *Sociologia literaturii, Câteva puncte de reper*, București, Editura Univers, 1973, p. 69–70.

<sup>24</sup> Tudor Vianu, *op. cit.*, p. 353.

<sup>25</sup> Mihai Eminescu, *Fragmentarium*, ediție îngrijită de Magdalena D. Vatamaniuc, București, Editura Științifică și Enciclopedică, 1981, p. 27.

<sup>26</sup> *Ibidem*.

insului social – „antiteza între cultură și știință”; **b.** activitatea practică a insului social – „antiteza între cultură și moralitate”; **c.** estetica vieții comunității istorice respective – „legătura între cultură și simțul frumosului”.

Pe temeiul culturii, astfel înțeleasă, apreciază Eminescu, orice etnie poate participa la o devenire a sa superioară. Ca subiect colectiv, etnia poate face istorie numai pe baza propriei sale culturi. Iar pe măsură ce se înalță prin creație, cultură, civilizație, istoria devine cu adevărat propria sa istorie. Căci, așa cum precizează Mihai Eminescu, vigoarea unui popor, trăinicia sa, istoria pe care o împlinește își găsesc izvorul numai și numai în „munca sa proprie, fie cu mâna, fie cu mintea”.

Pentru toți marii gânditori români, ca să ne referim doar la spațiul nostru cultural-spiritual, cel puțin de la Eminescu, Xenopol, Iorga, Rădulescu-Motru, Mehedinți, Gusti, Blaga și până la Noica, personalitatea unui popor este definită și susținută prin personalitatea culturii sale. Știut fiind și demonstrat de marii istorici, antropologi, etnologi etc. ai omenirii că orice comunitate națională trăiește prin cultură, în cultură, pentru susținerea și dezvoltarea culturii. Adică în și prin faptele de inventivitate, gândire, creație ale inșilor sociali creatori, cât și în și prin mediile și imboldurile pe care le oferă masa inșilor sociali receptori, și cerințele pe care ei le impun creatorilor de valori.

Semnificațiile culturii ca sinteză a valorilor ne devin pe deplin înțelese numai prin detalierea structurii acesteia, și, mai ales, prin raportarea întregului culturii la: **a.** istorie ca valoare socială; **b.** comunicare ca temei al vieții sociale; **c.** mentalități ca expresie a epocii date; **d.** conștiința națională ca un dat psihologic al unității cultural-spirituale a neamului; **e.** sufletul poporului ca împlinire a ființei sale lăuntrice; **f.** imaginarul ca suport principal al actelor sale de creație; **g.** responsabilitatea individului ca personalitate ale cărei acte sunt puse – și trebuie să fie puse – în slujba comunității naționale căreia îi aparține.

În spațiile unor asemenea determinări se impune cultura, în primul rând, așa cum am menționat, prin latura sa materială, condiționată fiind de mediu, climă, bogății naturale. În al doilea rând, cultura se impune prin creațiile spirituale, determinate și ele de disponibilitățile insului social către creație, de experiența istorică a comunității naționale respective, de gradul de educație al acesteia.

Factorii în funcție de care se formează și se împlinește cultura sunt: **a.** creatorul – aflat în dependență de statutul economic, statutul profesional, clasa socială căreia îi aparține, generația creatoare ale cărei interese le slujește; **b.** creația – care presupune a răspunde: psihosociologiei geniului (filosofie, artă, știință, tehnică) și formelor (cadrelor) sociale-curente, școli etc.; psihosociologiei temei (limba, naționalitatea, zona de civilizație, perioada istorică); psihosociologiei creatorilor ori personajelor luate ca motiv; psihosociologiei stilurilor sau domeniilor de creație; **c.** publicul receptor – în spațiile căruia trebuie să avem în vedere diversitatea și gradul de pregătire al receptorilor; în ce condiții se face comunicarea creației; care este succesul creației; critica de specialitate, adică activitatea de mediere între operă și publicul receptor.

Ca realitate, faptul de creație se cere a fi privit ca o unitate vie și concretă, operă a autorului ei, care implică, în primul rând, raportul dintre autor și creativitate, susținut prin puterea insului social de a crea și a subiectului căruia îi este destinată (adresată) de a o recepta.

Opera creată implică, în al doilea rând, situația autorului ei în societate. Se are în vedere raportul dintre autor și locul de naștere; raportul dintre autor și profesia familială; raportul dintre autor și viața economică a societății; raportul dintre autor și clasa socială căreia îi (sau vrea să-i) aparțină; drepturile autorului asupra operei sale.

Un ultim moment, în această primă secvență psihosociologică, îl reprezintă situația autorului în timp, în raport cu opera sa. Factorii de care depinde un asemenea raport sunt: valoarea creației; medierea creației în cauză, în masa înșilor sociali receptori; cuprinderea, înțelegerea și acceptarea creației respective de către masa înșilor sociali receptori.

Creația, o dată înfăptuită și lansată în spațiul social, își are și ea destinul ei, cuprins și condiționat, în primul rând, de realizarea conceptuală, materializarea și difuzarea operei respective, aflată în dependență de: **a.** apariția și funcțiile instituțiilor care susțin munca de creație; **b.** instituțiile și organizațiile care se ocupă cu realizarea creațiilor; **c.** instituțiile care asigură distribuirea creațiilor, edituri, uniuni de creație etc.

Un al doilea moment al acestei de a doua secvențe a psihosociologiei îl reprezintă creația ca atare, condiționată fiind de: **a.** raporturile sale cu societatea; **b.** formele și genurile de creație (muzică, literatură, teatru etc.) și impactul pe care-l au asupra societății; **c.** subiectele creației și modul cum exprimă cerințele sociale, dimensiunile acesteia – grup, clasă, națiune; **d.** tipurile și caracterele creației și societatea – locale, naționale, internaționale; **e.** nu în ultimul rând stilul operei create și modul cum se racordează cu cerințele vieții sociale.

Creația nu se reduce însă și nu poate fi considerată ca rezolvată, doar în cadrele imitației, imaginației, sentimentului. Ea presupune și pornește de la personalitatea creatoare. Adică: **a.** personalitatea ca valoare creatoare de valori; **b.** o activitate conștientă, încadrată într-o cultură istoric constituită și istoric desfășurată; **c.** o societate capabilă să-și formeze oamenii de care are nevoie.

În concluzie, se poate spune că personalitatea creatoare presupune pe de o parte temperament, caracter, aptitudini, iar pe de altă parte pornește de la laturile: **a.** biologice (organice, structurale); **b.** psihologice (inconștiente și conștiente); **c.** sociologice (comunitare, instituționale, colective); **d.** culturologice (culturale, spirituale, axiologice).

Toate aceste niveluri și laturi apar evolutiv (filogenetic). În etapa finală însă (ontogenetică) ele coexistă și se întruchipează în ființa umană, capabilă a se împlini ca personalitate, adică valoare creatoare de valori. Împlinirea psihosociologică a creației ca operă culturală se află însă în dependență nu numai de insul social creator – autorul – sau numai de mediatizator – instituțiile social-statale –, cât și,

mai ales, de publicul receptor – masa înșilor sociali. El, publicul receptor, este cel care recepționează opera, o trăiește și o apreciază, o judecă, o consacră pe plan social-cultural și o duce mai departe.

De aici și grija autorului de a identifica receptorul și/sau grupurile de receptori, de a urmări apropierea de către receptor a creațiilor sale, iar critica de specialitate de a asigura pătrunderea și înțelegerea creației respective de către publicul receptor. Nu fără a surprinde și a face cunoscute criteriile și cauzele succesului (sau insuccesului) creației respective.

Alte probleme pe care trebuie să le aibă în vedere factorul mediatizator sunt: **a.** aptitudinile, pregătirea, procedeele de creație ale autorului; **b.** pregătirea, disponibilitățile artistice ale receptorilor de a-și apropria creația respectivă; **c.** sentimentele, trăirile pe care le provoacă asupra receptorilor creația asupra căruia se apleacă și poposesc; **d.** felul în care este valorificată, în plan social-cultural, creația respectivă, cât de adânc a pus stăpânire pe masa înșilor sociali receptori și cu ce efecte.

Pe temeiul unor asemenea determinări apare și se împlinește etnopsihologia, ca știința identităților cultural-spirituale a națiunilor, pe care, la rândul ei, le susține și le cultivă ca să devină valori creatoare de valori.



## IMM ÎN ORIENTĂRILE ȘI EXPERIENȚELE UNIUNII EUROPENE

CRISTINA LEOVARIDIS, ANDREEA NICOLAESCU

Societățile contemporane se confruntă cu noi tipuri de exigențe, de unde rezultă necesitatea de a-și redefini opțiunile fundamentale. În acest context inovarea – aplicarea cu succes a noilor tehnologii și metode – este un element de bază în dezvoltarea societății. Ideea centrală este aceea că puterea inovativă reprezintă cheia competitivității, de unde importanța care se acordă capacității de a transforma cunoașterea științifică în inovație. Un rol important în acest proces îl au instituțiile intensiv-cognitive (cercetare, învățământ etc.) care contribuie la redefinirea modelelor întreprinderilor industriale, drept întreprinderi bazate pe cunoaștere intensivă; în măsura în care sunt inovative, ele atrag un volum sporit de „capital de risc” (capital investit în domeniul cercetării-dezvoltării) și reușesc să transfere rezultatele acestuia spre întreprinderi. Se urmărește astfel stimularea și sprijinirea directă a întreprinderilor în general și a întreprinderilor mici și mijlocii în particular. Deși întreprinderile foarte mari participă în cea mai mare măsură la cercetare-inovare, întreprinderile mici și mijlocii devin actori-cheie în procesele de inovare, mai ales prin promovarea inovației și prin capacitatea de a crea și de a menține în societate locuri de muncă dezirabile. Cu cât globalizarea sporește, firmele mici și mijlocii își găsesc un spațiu economic tot mai favorabil, iar procesele de tranziție spre societatea cunoașterii pun firmele mici și mijlocii în situația de a deveni un partener real de cooperare și competiție, în același timp. Prin urmare, cuplarea IMM cu instituțiile intensiv-cognitive (învățământ, cercetare-inovare, culegere, prelucrare, difuzare a informațiilor, management, comunicare, consultanță) creează cele mai multe locuri de muncă, în mare parte locuri de muncă de înaltă tehnologie, generând, pe de o parte, competitivitatea acestor instituții și, pe de altă parte, a întreprinderilor.

### I. INOVAREA ȘI MANAGEMENTUL ÎN SOCIETATEA CUNOAȘTERII

Societatea cunoașterii este o restructurare macrosocietală a întregii societăți pe axul cunoașterii și nu o simplă difuzare a tehnologiilor informatice și ale comunicării. Este vorba despre preponderența tot mai mare a resursei „cunoaștere”.

„Revista Română de Sociologie”, serie nouă, anul XIII, nr. 1–2, p. 145–164, București, 2002

**Inovarea** bazată pe cunoaștere este principalul motor al renașterii industriale și al creșterii economice în deceniile viitoare<sup>1</sup>.

Definiția inovării cu care se lucrează nu mai este de actualitate. Toate cercetările se orientează în principal pe industria manufacturieră și neglijează ceea ce constituie astăzi cea mai mare parte a economiilor naționale: sectorul serviciilor. Nici existența cercetării-dezvoltării, nici un volum important de publicații științifice nu se traduc automat în inovare. Nu putem confunda inovarea nici numai cu noile tehnologii. În prezent, inovarea reprezintă un proces continuu, o achiziție de cunoaștere complexă, industriile bazate pe cunoaștere devenind motoarele creșterii economice. Competitivitatea presupune inovare continuă. Exemplul cel mai des amintit sunt Statele Unite a căror reușită se bazează pe un proces de inovare dinamică și autonomă<sup>2</sup>.

Internetul, care permite comerțul și schimbul de idei și de informații intangibile (valori care nu au substanță materială) în timp real, la distanță, este simbolul recunoscut al noii economii mondiale fondată pe cunoaștere. Accesul la informații reprezintă motorul acestei economii. Cercetarea și educația constituie principalii factori stimulatori, în încercarea de a construi o societate bazată pe cunoaștere, obiectiv principal al Uniunii Europene<sup>3</sup>.

Sistemul instituțional european este de tip renașcentist (diferențiat, fragmentat, rigid), bazat pe pregătire universalistă, spre deosebire de cel american (multifuncțional, unificat). Se pune problema creării unui nou tip de sistem instituțional, soluțiile fiind alianțele strategice, întreprinderile *cluster* (ciorchine). Este vorba de a lega întreprinderile mari (exportatoare de cunoaștere) de întreprinderile mici (importatoare de cunoaștere). Primele predau inovația celor din urmă.

Stocul de cunoaștere este mult mai mare în Europa decât în SUA, dar există deficiențe în mijloacele de transfer. Statele Unite au cea mai competitivă economie bazată pe cunoaștere din lume, iar reușita lor economică este atribuită în mare parte dinamismului relațiilor de interconectare între întreprinderi, universități și finanțatori<sup>4</sup>.

Europa trebuie să le ajungă din urmă, folosind o cale specifică competitivă, de dezvoltare. Ea are deja un număr semnificativ de orașe și regiuni în care *cluster*-e de cercetători, investitori și companii au creat o cultură locală a inovării. Legând aceste centre de excelență din cadrul Uniunii Europene se poate obține un sistem de cercetare și inovare solid, a cărui creare ar putea asigura competitivitatea

<sup>1</sup> *Parfums d'Orient*, în „Innovation & Transfert Technologique”, 2001, nr. 2, publicată de Comisia Europeană, p. 8.

<sup>2</sup> *Comprendre l'innovation și S'engager pour l'innovation*, în „Innovation & Transfert Technologique”, 2001, nr. 2, p. 14, respectiv ediție specială, iunie 2000, p. 3.

<sup>3</sup> *L'innovation dans la nouvelle économie européenne, Services d'information et de soutien, Embellie en vue?* în „Innovation & Transfert Technologique”, ediție specială, noiembrie 2000, p. 2, ediție specială, iunie 2000, p. 15, respectiv, 2001, nr. 2, p. 6.

<sup>4</sup> *Du pas de course au repos*, în „Innovation & Transfert Technologique”, ediție specială, iunie 2000, p. 7.

globală pentru Comunitatea Europeană. Inflexibilitatea legilor muncii din UE este un dezavantaj important pentru competitivitate. Totodată, în ultimul deceniu multe companii europene s-au descentralizat rapid, învățând să-și externalizeze activitățile centrale prin parteneriate cu întreprinderi mai mici specializate. *Cluster-ele* sunt esențiale și, deși există regiuni în Europa în care concentrarea de afaceri și de rețele de cercetare poate rivaliza curând cu cea din Silicon Valley, atitudinea Europei față de risc rămâne departe de cea a SUA: „Americanul spune «e nou, să-l facem», în timp ce europeanul – «e nou, să nu-l facem»”, afirma un investitor în înaltă tehnologie<sup>5</sup>.

Obiectivul strategic pentru următorul deceniu, definit la Lisabona în martie 2000, este acela de a face economia Uniunii Europene, bazată pe cunoaștere, cea mai competitivă și mai dinamică din lume, capabilă să asigure o creștere economică durabilă, creând mai multe locuri de muncă și garantând coeziunea socială. Pentru atingerea acestui obiectiv, inovarea este esențială în economie și acest lucru trebuie recunoscut de societate.

Se resimte necesitatea existenței de inițiative politice noi, la nivel național, regional și european, pentru stimularea spiritului întreprinzător și de inovare în cadrul Uniunii.

În acest context, sunt necesare măsuri care vizează încurajarea creării unui sistem eficient de inovare la nivel european: asigurarea coerenței politicilor de inovare, crearea unui cadru de reglementări favorabile inovării, încurajarea creării și dezvoltării de întreprinderi inovatoare, îmbunătățirea interfețelor pentru sistemele inovatoare, evoluția spre o societate a inovării. Adoptat în 1998, al V-lea Program-cadru de cercetare și dezvoltare tehnologică a confirmat rolul esențial al inovării, importanța transferului tehnologic și a participării întreprinderilor mici și mijlocii (dispoziții particulare în favoarea IMM)<sup>6</sup>.

Al VI-lea Program-cadru pentru cercetare se referă la perioada 2002–2006, vizând realizarea aceluiași obiectiv prioritar, a cărui îndeplinire se bazează atât pe construirea spațiului european de cercetare, prin: difuzarea și transferul de cunoaștere, analiza impactului social și economic al tehnologiilor implicate, participarea tuturor actorilor implicați, cât și pe structurarea spațiului european de cercetare, pe patru domenii de activitate: cercetare și inovare, resurse umane și mobilitate teritorială, infrastructuri de cercetare, știință și societate. Se urmărește realizarea coerenței sistemului european de inovare în ansamblu, prin: relații între diferiții actori implicați, strategii regionale de inovare, cooperare transregională, experimentarea de noi abordări ale inovării, servicii de informare și de asistență, cultura inovării<sup>7</sup>.

<sup>5</sup> *Fragmentation or diversity? și Heroes of the revolution*, în „Innovation & Technology Transfer”, 2002, nr. 2, p. 2–4.

<sup>6</sup> *L'innovation dans la nouvelle économie européenne*, în „Innovation & Transfert Technologique”, ediție specială, noiembrie 2000, p. 5–6.

<sup>7</sup> *À la recherche de la compétitivité*, în „Innovation & Transfert Technologique”, 2002, nr. 1, p. 3.

Gestionarea cunoașterii (*Knowledge Management*) trebuie să țină seamă de aspectele culturale (de context) care sunt de o importanță crucială pentru inovare și succesul ei. De aceea ea se realizează pe două axe principale: orientarea spre tehnică și produsele ei și orientarea spre cultură și procesele ei. Combinarea aspectelor culturale și tehnice, în ceea ce privește gestionarea cunoașterii, presupune comunicarea experiențelor susceptibile de a se reproduce (abordare opusă teaurizării), bazată pe ideea încrederii în ceilalți. Încrederea și capacitatea de reacție sunt ingredientele vitale ale colaborării, necesare succesului inovării; se poate spune că avem de-a face cu necesitatea construirii unui sentiment comunitar între concurenți. Mizând pe cooperare și nu doar pe competiție, gestionarea cunoașterii face apel la un număr mare de domenii de activitate; ea reclamă echipe de lucru (caracteristic este spiritul de echipă bazat pe relații de încredere, născute din comunicare și sensibilizare interculturală; este vorba și despre o construcție de competențe interculturale, dar și de diferențe culturale în contextul cooperării internaționale) și parteneriate (reunirea de organizații și de tehnologii diverse), pornind de la premisa că Europa poate fructifica avantajul multiplelor experiențe în materie de cultură și de limbă, acestea transformându-se acum din probleme în forțe ce oferă șansa realizării interconectivității, caracteristică esențială în domeniul gestionării cunoașterii.

Varietatea culturală a Europei, care constituie forța sa în alte contexte, reprezintă un obstacol în calea expansiunii rapide a inovației (există o mare diversitate juridică, în materie de fiscalitate, de protecție a proprietății intelectuale etc.)<sup>8</sup>.

Obstacolele (de ordin juridic, administrativ, social și cultural) în calea mobilității cercetătorilor – între statele membre, între industrie și universități, între sectorul public și cel privat – dezavantajează spațiul european al cercetării. Libera circulație a personalului din cercetare între instituțiile Uniunii permite schimbul de competențe, colaborarea fiind un ax esențial pentru noțiunea de spațiu european de cercetare<sup>9</sup>.

În economia mondială fondată pe cunoaștere, capacitatea și eficacitatea sistemelor regionale de inovare este mai importantă ca oricând. Evoluția tehnologică rapidă și concurența mondială fac din inovare în sine o necesitate din ce în ce mai urgentă, ce are la bază interacțiunea umană, premisă a contactelor directe și frecvente între parteneri. Proximitatea geografică dată de tehnologiile informatice și de comunicare conferă avantaje mari, permițând accesul instantaneu la cunoașterea codificată din cele patru colțuri ale lumii, dar și transmiterea mai rapidă a cunoașterii tacite prin relații personale<sup>10</sup>.

<sup>8</sup> *Culture et technologie; Bienvenue au club!; Apprendre la langue de la connaissance; Le métier du risque*, în „Innovation & Transfert Technologique”, 2001, nr. 2, p. 29–30, 2001, nr. 4, p. 12, 2001, nr. 3, p. 14, respectiv 2001, nr. 2, p. 7.

<sup>9</sup> *Qu'est-ce qui fait bouger les scientifiques?* în „Innovation & Transfert Technologique”, 2001, nr. 6, p. 4.

<sup>10</sup> *L'innovation régionale, clé du marché mondial*, în „Innovation & Transfert Technologique”, 2001, nr. 4, p. 2.

Direcția de inovare și IMM a UE lucrează cu statele membre pentru a construi o structură de inovare paneuropeană: mijloace de comunicare sofisticate, competențe profesionale, administrare modernă, capital de risc și o educație adaptată la condițiile unei economii fondate pe cunoaștere<sup>11</sup>.

În ultimii ani, în Europa asistăm la o creștere spectaculoasă a inițiativelor de finanțare prin capital de risc, baza acestui interes reprezentând-o rentabilitatea din ce în ce mai ridicată a investițiilor în întreprinderile tinere cu expansiune rapidă în principal din sectoare tehnologice precum IT, telecomunicații, biotehnologie, materiale noi și medicină.

Fiecare din statele membre ale UE are o politică în domeniul inovării. Toate au făcut eforturi considerabile în acest sens, concretizate prin măsuri structurate pe următoarele axe:

- noi structuri administrative fondate pe abordarea sistemică a inovării;
- promovarea dialogului între lumea științifică, sectoarele industriale și publicul larg (îndeosebi cooperarea învățământ – cercetare – industrie);
- elaborarea de strategii coerente în materie de inovare;
- promovarea cercetării realizate în întreprinderi;
- refacerea capacității inovative a sectoarelor industriei tradiționale;
- importanța creșterii sectorului serviciilor;
- găsirea de surse de finanțare;
- importanța IMM în procesul de inovare (ritmul de creare de noi întreprinderi este un bun indicator al potențialului inovator al unei regiuni);
- promovarea formelor de cooperare între întreprinderi (*clustering*) și alte organizații care intervin în procesul de inovare;
- susținere prin măsuri fiscale și alte măsuri indirecte;
- asigurarea coerenței între politicile naționale și cele regionale;
- în ceea ce privește inovarea și protecția mediului, se pune problema dezvoltării de produse și servicii noi, destinate permiterii utilizării mai raționale a resurselor, protejării mediului și limitării efectelor asupra climei<sup>12</sup>.

Concluzia ar fi că toate țările membre ale Uniunii și-au ameliorat performanțele în materie de inovare, din a doua jumătate a anilor '90. Totuși, performanța Uniunii considerată în ansamblu rămâne în urma Statelor Unite și a Japoniei<sup>13</sup>.

S-a pus problema în ce măsură întreprinderile europene din țările candidate la aderarea în UE sunt inovative și care sunt factorii care conduc la investiții în cercetare-dezvoltare sau la achiziția de noi tehnologii, precum și obstacolele în

<sup>11</sup> *Innovation – la troisième dimension*, în „Innovation & Transfert Technologique”, ediție specială, iunie 2000, p. 6.

<sup>12</sup> Pentru mai multe detalii, vezi *L'innovation dans la nouvelle économie européenne și Améliorer le soutien à la création d'entreprises innovantes*, în „Innovation & Transfert Technologique”, ediție specială, noiembrie 2000, p. 7–15, respectiv, iunie 2000, p. 20.

<sup>13</sup> *La courbe d'apprentissage și Principaux résultats du tableau de bord européen de l'innovation 2000*, în „Innovation & Transfert Technologique”, 2001, nr. 6, p. 3, respectiv, octombrie 2001.

calea inovării. În mai 2000, Direcția generală a întreprinderilor din Comisia Europeană a comandat un studiu pentru evaluarea climatului actual în ceea ce privește inovarea în 6 țări candidate: Cipru, Republica Cehă, Estonia, Ungaria, Polonia și Slovenia. Pornind de la constatarea diversității situațiilor întâlnite (de la legea privind facilitățile în materie de inovare în Slovenia la reglementările privind drepturile de proprietate intelectuală în Ungaria), s-a ajuns la concluzia că ar fi o mare eroare dacă ar fi tratate ca un ansamblu omogen.

În consecință, Comisia Europeană a propus măsuri de cooperare între statele membre și cele candidate, concretizate în strategii regionale de inovare. Aceasta presupune existența unor strategii bine definite în materie de inovare, ca și a unui cadru politic stabil care să pună baze mai solide pentru potențialele parteneriate în domeniu. Țările candidate sunt o sursă de personal de cercetare înalt calificat, dar și parteneri la nivel politic și instituțional. Un exemplu de cooperare între UE și statele candidate îl reprezintă participarea celor din urmă la cel de-al V-lea Program-cadru de cercetare în aceleași condiții de bază ca și statele membre. În prezent Newly Associated States reprezintă: Bulgaria, Cipru, Republica Cehă, Estonia, Ungaria, Lituania, Letonia, Malta, Polonia, România, Slovacia și Slovenia<sup>14</sup>.

Crearea unui sistem de inovare dinamic, progresiv și continuu presupune transferul de cunoaștere<sup>15</sup>. Importanța acordată transferului tehnologic este contrabalansată de absența unei strategii pe termen lung și de rezistența la schimbare.

Alianțele strategice între institute de cercetare și întreprinderi pot elimina principalele obstacole, care compromit exploatarea rezultatelor cercetării. În unire este forța și aceasta pare a fi soluția la problema specializării competente doar într-un domeniu de cercetare, a accesului limitat pe piață și a resurselor financiare insuficiente pentru dezvoltarea unui produs. În contextul cooperării, întreprinderile nu mai sunt văzute în primul rând ca instituții, ci ca activități<sup>16</sup>.

Referitor la problema transferului de cunoaștere, este foarte importantă distincția dintre cele două abordări ale cunoașterii: cunoaștere explicită (orientată spre producerea sistemelor informatice de gestiune și control al documentelor) și cunoaștere tacită. Se pune problema transferului de la cunoaștere explicită la cunoaștere tacită (internalizare), dar și invers (externalizare). De la cunoașterea explicită la cunoașterea implicită avem de-a face cu socializarea. Societatea cunoașterii acordă importanță crescută cunoașterii tacite, prin urmare pune accent pe individ, de aici derivând și necesitatea schimbării tipului de **management**, de la accentul pus pe materie și energie spre cel vizând informația: „De la managementul de tip taylorist și birocratic, s-a trecut la managementul resurselor umane, iar acum se regândește managementul resurselor umane prin concepția și practica

<sup>14</sup> *Introduction*, în rev. „Cordis”, 2001 decembrie, p. 3.

<sup>15</sup> *La technique n'est pas tout*, în rev. „Innovation & Transfert Technologique”, 2001, nr. 3, p. 12.

<sup>16</sup> *Une croissance protégée și Culture et technologie*, în rev. „Innovation & Transfert Technologique”, 2001, nr. 3, p. 24, respectiv 2001, nr. 2, p. 29.

managementului competențelor”<sup>17</sup>. IMM sunt mai ușor de transformat, conform acestui nou tip de management.

În UE productivitatea se redefineste ca număr de servicii pe produs, în timp ce în restul țărilor europene productivitatea muncii se calculează încă drept număr de produse în timp. Se trece de la masificare la personalizare, în ceea ce privește produsul, de aici derivând o segmentare a piețelor pe criterii de stil de viață și nu pe criterii economice, ca în taylorism. De la analizele A.P.S. („Anthropocentric Production Systems”) – axate prioritar pe problemele producției, Uniunea Europeană a trecut la abordarea A.P.C.S. („Anthropocentric Production, Produce and Consumer Systems”) – ce cuprinde unitar problematica umană a producției, produsului și consumului, acum punându-se accentul pe analiza globală a sistemelor sociale („societăți informatice avansate, umane și prospere”). Prin specificul lor, organizațiile intensiv-cognitive oferă un teren favorabil practicării cu predilecție a managementului competențelor și a reorganizării instituționale pe baza principiilor antropocentrice<sup>18</sup>.

De aici derivă un mod nou de a privi întreprinderea, ca „întreprindere în rețea” sau „întreprindere vasculară”. Caracteristicile acestui tip de întreprindere sunt: este bazată pe relații interpersonale și interactive foarte puternice, prioritar cu caracter informal, chiar dincolo de relații profesionale în cadrul întreprinderii și în afara sa; rețeaua pune în relații indivizi, actori, în primul rând, și doar ulterior organizațiile în ansamblul lor; este prevăzut un proces de autoreglare pentru ca, în lipsa ierarhizării relațiilor interpersonale, să se evite situațiile de dezordine; o rețea nu este niciodată închisă și fixă, căci forța sa rezidă tocmai în capacitatea de a evolua, de a atrage noi actori. La nivel de organizare, acest tip de întreprindere capătă forme concretizate în echipe complexe de muncă, insule de producție, organizare modulară flexibilă etc. În prezent, se discută tot mai mult despre transformarea „insulelor de producție” pe sistemul „fabrici în fabrici”, cu alte cuvinte se atribuie insulelor un set tot mai larg de competențe (studierea piețelor, aprovizionarea, proiectarea, fabricația, desfacerea, inovarea etc.), mărindu-se sfera autonomiei și a responsabilității lor<sup>19</sup>.

Astăzi se folosește tot mai mult conceptul de „întreprindere de servicii”, care presupune faptul că ea trebuie concepută prin prisma cerinței de a satisface necesitățile umane, pe care oamenii nu le pot asigura decât prin intermediul întreprinderii. În acest context, termeni precum „întreprinderea de servicii”, „economia serviciilor” și „societatea serviciilor” devin concepte-cheie<sup>20</sup>.

Avându-se în vedere rolul științei și tehnologiei în crearea de resurse (și nu doar în folosirea acestora), se apelează la conceptul de dezvoltare durabilă, proces pentru care cercetarea științifico-tehnologică devine o resursă esențială și, prin aceasta, se realizează capacitatea cuplării problematicii dezvoltării durabile cu cea a trecerii spre societatea informatică, a cunoașterii. O altă resursă socială esențială

<sup>17</sup> Oscar Hoffman, *Management. Fundamente socioumane*, București, Editura Victor, 1999, p. 188.

<sup>18</sup> *Ibidem*, p. 52, 97.

<sup>19</sup> *Ibidem*, p. 198–200.

<sup>20</sup> Oscar Hoffman, *Întreprinderea în tranziție*, București, Editura Lumina Lex, 2000, p. 112.

pentru dezvoltarea durabilă devine învățământul, în măsura în care el, ca și cercetarea și inovarea, își reconsideră obiectivele și devine, dintr-un factor de reproducere a vechilor structuri și modele formativ-educative unul de frângere a vechilor tendințe și de generare și consolidare a unei noi tendințe, cerută de modelele dezvoltării durabile. Învățământul este, astfel, un alt factor esențial de cuplare a modelului dezvoltării durabile cu cel al societății informatice. În sfârșit, o cerință fundamentală se referă la axarea întregului proces de antropizare pe ansamblul valorilor și normelor pozitive ale unei culturi naționale<sup>21</sup>.

Întreprinderile mici și mijlocii se află în fața a două tipuri de probleme. Pe de o parte, ele trebuie să valorizeze și să valorifice avantajele deținute prin marea lor flexibilitate și putere de pătrundere, pe segmente diversificate de piețe. Pe de altă parte, ele trebuie să facă față concurenței, pe care o desfășoară marile întreprinderi ce dispun de resurse deosebite de acțiune și, în special, de acces la cercetarea și inovarea științifico-tehnologică (prin departamente puternice de cercetare proprie sau folosirea rezultatelor institutelor specializate). O soluție benefică o reprezintă tocmai inițierea și susținerea rețelelor de cooperare. Deoarece aceste rețele se pot cu greu realiza pe cale spontană, un rol deosebit îl joacă politicile publice (naționale și transnaționale) ce devin inițiatoarele și sprijinitoarele acestor noi forme de acțiune (concurența prin cooperare). În acest spirit, Uniunea Europeană promovează diverse tipuri de rețele menite să atragă întreprinderile mici și mijlocii în procesele de inovare și să le mărească puterea competițională. Uniunea Europeană a elaborat conceptul de „societate fără frontiere” ce atenționează asupra unei schimbări majore în perspectivă: cercetarea, inovarea, abilitățile, producția, învățământul (și alți actori ce sunt agenți ai schimbării în societate) se dezvoltă într-o strânsă interacțiune<sup>22</sup>.

O creștere durabilă depinde, pe termen lung, de acumularea a patru factori majori: capitalul fizic, tehnologic, uman și public (comunicare, transport, dar, în special, învățământ și cercetare).

Societatea este acum o societate care învață, apelând la trei tipuri de învățare ce se dezvoltă simultan: înveți făcând, înveți folosind, înveți interacționând<sup>23</sup>. Aceste procese sunt esențiale în cadrul societății bazate pe cunoaștere, în care inovarea și managementul de tip antropocentric sunt elemente vitale în special pentru creșterea economică și a numărului de locuri de muncă. În acest context transferul de cunoaștere se realizează prin intermediul IMM, liant între cercetare, învățământ și producție.

## II. IMM ÎN UNIUNEA EUROPEANĂ

### 1. Definirea întreprinderilor mici și mijlocii

În mod firesc, primul aspect care trebuie abordat în legătură cu IMM se referă la definirea acestora. Există o multitudine de abordări care pornesc de la accepțiuni

<sup>21</sup> *Ibidem*, p. 218.

<sup>22</sup> *Ibidem*, p. 304, 326.

<sup>23</sup> *Ibidem*, p. 326.



parțial diferite asupra dimensiunii firmei și a modalităților de exprimare și cuantificare. Diferitele abordări ale definirii IMM pot fi sistematizate în maniera prezentată în tabelul 1.

Tabelul nr. 1

**Principalele tipuri de abordări ale definirii IMM<sup>24</sup>**

| Nr. crt. | Categoriile de abordări         |                   |                                                                                                                                                      |
|----------|---------------------------------|-------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|          | Criterii                        | Denumire          | Caracteristică dominantă                                                                                                                             |
| 1        | Sfera de cuprindere a economiei | Generalizatoare   | Stabilesc același sau aceleași criterii de definire a IMM pentru toate ramurile economiei                                                            |
|          |                                 | Diferențiate      | Stabilesc diferite criterii de definire a IMM, în funcție de domeniul lor de activitate (industrie, comerț, transporturi etc.)                       |
| 2        | Numărul indicatorilor utilizați | Unidimensionale   | Definesc dimensionarea IMM pe baza unui singur indicator, cel mai adesea numărul de salariați                                                        |
|          |                                 | Multidimensionale | Definesc dimensionarea IMM pe baza mai multor indicatori; cei mai frecvent utilizați sunt numărul de salariați, cifra de afaceri și capitalul social |

Din rațiuni pragmatice – în principal ușurința utilizării – în ultimii ani s-a conturat ca tendință predominantă apelarea la abordări generalizatoare și unidimensionale. Mai precis, se folosește cu precădere definirea IMM în funcție de numărul de salariați, același pentru toate domeniile de activitate. Această abordare a fost generalizată de Uniunea Europeană și de cvasitotalitatea celorlalte țări europene, inclusiv de România. De aceea și noi o vom utiliza în această lucrare.

În decursul timpului, viziunea asupra a ceea ce este o întreprindere mică sau mijlocie s-a modificat considerabil. Până la mijlocul actualului deceniu, cea mai utilizată definire a lor era următoarea: 1–9 salariați, microîntreprindere; 10–99 salariați, întreprindere mică; 100–500 salariați, întreprindere mijlocie.

În anumite situații, mai ales referitoare la acordarea de facilități economice, criteriul număr de salariați era dublat și de alte criterii, cel mai adesea mărirea activelor întreprinderilor și cifra de afaceri.

În prezent, pentru ca o întreprindere să se încadreze în categoria întreprinderilor mici și mijlocii ea trebuie să îndeplinească condiția de a avea sub 250 de angajați: până la 9 salariați – microîntreprinderi; între 10 și 49 de salariați – întreprinderi mici; între 50 și 249 de salariați – întreprinderi mijlocii<sup>25</sup>.

<sup>24</sup> Ovidiu Nicolescu, *Managementul întreprinderilor mici și mijlocii*, București, Editura Economică, 2001, p. 75.

<sup>25</sup> Ministerul pentru Întreprinderile Mici și Mijlocii și Cooperatie, *Definirea întreprinderilor mici și mijlocii*, <http://www.mimmc.ro>.

Se consideră că firmele care posedă peste 250 de salariați sunt întreprinderi mari. În unele țări, în cadrul acestora se mai delimitează și întreprinderi foarte mari, începând de regulă cu 1000 sau 2000 de salariați.

Reducerea numărului de salariați, pe baza cărora se face încadrarea firmelor în categoria IMM, se explică, în primul rând, prin creșterea gradului de înzestrare tehnică a acestora, ceea ce se reflectă în creșterea considerabilă a productivității și a cifrei lor de afaceri.

Exprimarea dimensiunii întreprinderii printr-un singur indicator – numărul de salariați – nu este suficient de riguroasă, întrucât cu același număr de salariați, datorită diferențelor uneori substanțiale în ceea ce privește profilul activității, gradul de înzestrare tehnică, informatizarea, concepția managerială de ansamblu etc., celelalte elemente dimensionale ale întreprinderii și în primul rând cele de natură economică – cifra de afaceri, capitalul social, profitul – pot fi foarte diferite. Marile avantaje ale utilizării criteriului numărului de salariați rezidă în ușurința exprimării dimensiunii și înțelegerii sale, raportarea sa periodică în statisticile oficiale, evitarea modificării aparente a dimensiunii firmei sub impactul factorilor economici, mai ales a inflației și cursului de schimb, comparabilitatea ușoară a dimensiunii întreprinderilor, chiar dacă sunt din țări sau ramuri diferite etc.

## **2. Scurt istoric al abordării IMM în UE**

Încă de la înființarea sa, în 1956, prin Tratatul de la Roma, UE a acordat o atenție deosebită întreprinderii, considerată forța motrice a economiei. În consecință, strategiile și politicile elaborate în decursul timpului au fost centrate pe întreprindere, bineînțeles dintr-o perspectivă europeană.

Începând cu deceniul precedent, categoria de IMM s-a bucurat de o atenție specială. Anul 1983 a fost proclamat anul întreprinderii mici, mijlocii și artisanale, prilej cu care a fost adoptat și un program special de acțiune pe 3 ani, vizând stimularea dezvoltării lor. În 1986 a fost adoptat un alt program pe termen lung, mai complex și mai stimulativ pentru IMM. Tot atunci a fost desemnat la nivelul UE un comisar special (postul de comisar este echivalentul postului de ministru al UE) care să se ocupe de problemele IMM. În 1990 s-a înființat Direcția Generală XXIII specializată în IMM (Direcția Generală este echivalenta unui minister al UE. În prezent, la nivelul UE funcționează 26 de Direcții Generale, numite în limbajul curent DG-uri). În continuare, abordarea și soluționarea multiplelor aspecte implicate de înființarea, funcționarea și dezvoltarea acestei categorii de întreprinderi devine treptat din ce în ce mai profesionistă, cu efecte directe în plan economic și social.

Pentru IMM, DG XXIII a elaborat și implementat cinci tipuri de programe speciale, menite să asigure un mediu favorizant dezvoltării și creșterii performanțelor acestora<sup>26</sup>:

**1. Programul de înființare de centre economice și de inovare (BIC)** a fost lansat în 1984 printr-o schemă-pilot, cu obiectivul de a ajuta la constituirea și

<sup>26</sup> Ovidiu Nicolescu, *op. cit.*, p. 102–103.

dezvoltarea de IMM orientate în special spre inovare. Serviciile oferite de aceste centre se refereau la selecția, evaluarea și promovarea de antreprenori și proiecte antreprenoriale, dezvoltarea abilităților manageriale ale antreprenorilor, asistarea acestora în elaborarea de planuri de afaceri și studii de marketing, obținerea de spații, servicii etc., asistență tehnologică și inovațională, facilitarea accesului la surse de finanțare și rețele de experți, monitorizarea proiectelor antreprenoriale etc. Au fost înființate peste 60 de astfel de centre BIC, care sunt conectate sub forma rețelei europene a BIC-EBN.

**2. Programul privind furnizarea de capital pentru înființarea de noi firme** a fost lansat în decembrie 1988, pentru o perioadă de 5 ani. Schema-pilot prevedea înființarea a 24 de fonduri în toate țările UE pentru a finanța IMM. Prin intermediul lor se finanțau IMM nou înființate, care își propuneau să realizeze inovări și dezvoltări tehnologice. Și aceste fonduri au fost integrate în rețeaua europeană a fondurilor pentru înființarea firmelor (ESCF), căreia i s-au alocat la început 35 milioane ECU.

**3. Programul de Europarteneriat**, destinat promovării dezvoltării regiunilor cu cel mai redus nivel economic, prin încurajarea contactelor și înțelegerilor dintre IMM din aceste zone și IMM din celelalte regiuni ale UE și din țările membre AELS (Asociația Europeană a Liberului Schimb). Europarteneriatul a fost lansat în 1988, sub forma unor întâlniri anuale care din 1991 au devenit trianuale, iar în ultimii ani plurianuale.

**4. Programul de realizare al unui sistem de cooperare economică computerizat BC-NET**, lansat tot în 1988. Programul se bazează pe o rețea de consultanți economici care ajută IMM să-și găsească parteneri în alte țări ale UE. El a fost conceput pentru a ajuta IMM să valorifice șansele oferite de înființarea Pieței Europene Unice. De la început au fost utilizați 400 de consultanți ce lucrau în cadrul rețelei BC-NET, ei fiind angajați în administrația locală, camere de comerț și industrie, agenții de IMM sau acționând ca independenți. Misiunea lor principală este de a pregăti profilurile firmelor interesate și de a le introduce în Banca centrală a BC-NET aflată la Bruxelles. În ultimii ani sistemul a fost extins și în alte țări EFTA, precum și într-o parte a țărilor ECE (Europa Centrală și de Est), Mexic, Brazilia etc.

**5. Programul de înființare a centrelor de informare economică – Infocentrelor** –, care a debutat în 1987. În prezent funcționează în UE peste 300 de asemenea centre, care furnizează IMM informații privind politicile UE, înființarea și funcționarea Pieței Unice, introducerea monedei euro etc. Informațiile furnizate au în vedere în special cooperarea și parteneriatul industrial, investițiile cu capital de risc, reglementările și celelalte decizii adoptate de instanțele UE. Tot prin intermediul Infocentrelor, IMM pot contacta autoritățile UE.

În prezent se manifestă o tendință de extindere a asistenței acordate IMM nu numai prin programe care le privesc în exclusivitate, ci și prin situarea lor în primul plan al altor programe majore ale UE. De exemplu, „întreprinderile mici și mijlocii

au reprezentat 32% din toți participanții, din cadrul celui de al IV-lea Program-cadru ce s-a încheiat (1994–1998) și au primit 21% din totalul fondurilor de cercetare<sup>27</sup>. În decembrie 1998 s-a lansat la Bruxelles cel de-a V-lea Program-cadru de cercetare științifică pentru perioada 1998–2002, care are ca obiectiv principal încurajarea dezvoltării IMM, iar fondurile pentru realizarea acestuia au fost dublate față de programul-cadru anterior. În plus, prin toate programele majore de natură economică realizate de UE, cum ar fi cele referitoare la energie, învățământul profesional etc., se creează un context favorizant IMM. În ultimii ani se constată o intensificare a eforturilor depuse la nivelul UE pentru dezvoltarea problematicii IMM – edificatoare în acest sens sunt cele trei conferințe europene consacrate IMM, organizate la Avignon în 1994, Berlin în 1996 și Milano în 1997. La fiecare din ele au participat peste 1000 de antreprenori și specialiști din majoritatea țărilor Europei; ca urmare a discuțiilor purtate și a materialelor prezentate, s-au conturat numeroase elemente economice, instituționale, juridice, culturale care contribuie direct și indirect la creșterea funcționalității IMM. DG XXIII a UE și UEAPME (Uniunea Europeană a Întreprinderilor Artizanale, Mici și Mijlocii) au contribuit substanțial la organizarea desfășurării și valorificarea rezultatelor acestor conferințe.

În 1994 s-a trecut la o nouă fază în abordarea și rezolvarea problemelor IMM, prin adoptarea **Programului Integrat al IMM**<sup>28</sup>. Principalele obiective avute în vedere erau: dezvoltarea de servicii locale, îmbunătățirea tehnicilor manageriale, asigurarea de suport financiar pentru cooperarea între IMM, îmbunătățirea procedurilor de transfer de *know-how* economic și a fiscalității pentru IMM, diminuarea întârzierii efectuării plăților între agenți economici, creșterea transparenței și consistenței activităților la nivelul UE în acest domeniu. În cadrul programului integrat au fost preluate, cu unele perfecționări, programele din perioada anterioară – continuându-se a le acorda asistență, inclusiv financiară – precum și **Programul de acțiune pentru IMM**, devenit operațional în 1993 și derulându-se pentru o perioadă de 4 ani. Scopurile specifice urmărite au fost: stimularea creșterii economice în cadrul UE prin promovarea IMM și asigurarea continuității politicii privitoare la întreprindere în condițiile internaționalizării activităților.

Ca urmare a tuturor acestor măsuri specifice privind IMM, s-a pus la punct **un sistem de finanțări nerambursabile și credite subvenționate pentru IMM**, divizat în 4 categorii: **1.** contribuții financiare pentru stimularea dezvoltării economice; **2.** contribuții financiare pentru stimularea cercetării-dezvoltării; **3.** contribuții financiare pentru educație și *training*; **4.** investiții în alte țări.

Stimularea dezvoltării economice se realizează, în principal, prin fondurile structurale ale UE, ce vizează în special anumite zone mai puțin dezvoltate ale UE. Alte fonduri și instrumente utilizate pentru impulsivizarea dezvoltării economice –

<sup>27</sup> Oscar Hoffman, *Întreprinderea în tranziție*, p. 305.

<sup>28</sup> Ovidiu Nicolescu, *op. cit.*, p. 104.

la care IMM au avut acces – sunt: Fondul de coeziune; finanțări speciale prin Banca Europeană de Investiții; finanțări „Euro-tech” pentru proiecte inovatoare plurinaționale; finanțări ale Fondului European de Investiții; Fondul pentru finanțări ale societăților mixte transfrontaliere; Fondul pentru finanțări nerambursabile ale înființării de IMM<sup>29</sup>.

Asistența financiară pentru *training* a IMM s-a asigurat prin programe speciale – Leonardo da Vinci și Socrate. Investițiile IMM în alte țări, din cadrul și din afara UE, au fost asistate financiar prin 2 programe – EC-IP (European Community Investment Partners – parteneri de investiții ai CE) și JOVP (Joint-Venture Phare Programme – Programul Phare pentru societăți mixte), ele fiind de asemenea substanțiale.

Atenția deosebită acordată IMM în cadrul UE s-a reflectat în realizarea de analize și investigații statistice, prin cooperarea unor instituții de cercetare din toate țările membre. Rezultatele acestor cercetări se publică sub forma unor rapoarte anuale intitulate „Observatorul European al IMM”. Acestea au fost inițiate în decembrie 1992 pentru a îmbunătăți monitorizarea performanțelor economice ale IMM europene, având ca obiectiv furnizarea de informații despre IMM atât autorităților naționale și europene, dar și cercetătorilor și IMM însele. Potrivit ultimului observator publicat la data elaborării acestei lucrări, „Observatorul European al IMM” 2002, nr. 2, situația sintetică a IMM în UE, în anul 2000, este cea prezentată în tabelul 2.

Tabelul nr. 2

Date statistice privind situația IMM în UE în anul 2000<sup>30</sup>

| Nr. Crt. | Indicatori                                            | Microîntreprinderi | Întreprinderi mici | Întreprinderi mijlocii | Total IMM | Întreprinderi mari | Total   |
|----------|-------------------------------------------------------|--------------------|--------------------|------------------------|-----------|--------------------|---------|
| 1        | Număr de întreprinderi (mii)                          | 19 040             | 1 200              | 170                    | 20 415    | 40                 | 20 455  |
| 2        | Forța de muncă utilizată (mii)                        | 41 750             | 23 080             | 15 960                 | 80 790    | 40 960             | 121 750 |
| 3        | Mărimea medie a unei firme, ca număr de persoane      | 2                  | 20                 | 95                     | 4         | 1020               | 6       |
| 4        | Cifra de afaceri medie pe o întreprindere (mil. euro) | 0,2                | 3,0                | 24,0                   | 0,6       | 255,0              | 1,1     |
| 5        | Procentul exporturilor în cifra de afaceri (%)        | 7                  | 14                 | 17                     | 13        | 21                 | 17      |
| 6        | Valoarea adăugată pe persoană ocupată (1000 euro)     | 40                 | 75                 | 105                    | 65        | 115                | 80      |
| 7        | Procentul costurilor muncii în valoarea adăugată (%)  | 66                 | 66                 | 58                     | 63        | 49                 | 56      |

<sup>29</sup> *Ibidem.*

<sup>30</sup> European Commission, *Observatory of European SMEs*, 2002, no 2, p. 11; [http://www.europa.eu.int/comm/enterprise/enterprise\\_policy/analysis/observatory.htm](http://www.europa.eu.int/comm/enterprise/enterprise_policy/analysis/observatory.htm).

Din analiza informațiilor cuprinse în tabel, rezultă *diferențe apreciable între caracteristicile întreprinderilor, în funcție de dimensiunea lor*. Fără a avea pretenția sublinierii tuturor aspectelor semnificative, menționăm câteva referitoare la țările UE, pe care le considerăm mai importante:

- în UE predomină IMM, care reprezintă peste 99,8% din firme;
- în cadrul IMM, microîntreprinderile constituie proporția cea mai mare – 93,2%;
- peste 20 000 000 de întreprinderi oferă locuri de muncă la peste 120 000 000 de persoane din UE;
- în medie, un IMM oferă de lucru la 4 persoane;
- există, în mod firesc, diferențe foarte mari între numărul mediu de salariați pe categorii de firme, după dimensiune – 2 pentru microîntreprinderi, 20 pentru întreprinderi mici, 95 pentru întreprinderi medii și 1 020 pentru companii mari;
- IMM asigură cea mai mare parte a locurilor de muncă din economie – 66,3%, aproximativ 2/3, iar în cadrul acestora microîntreprinderile oferă ceva mai mult de jumătate;
- cifra de afaceri medie pentru o firmă din UE este de 1 100 000 euro;
- așa cum este normal, cifra medie de afaceri pe firmă în țările UE diferă între limite foarte largi, în funcție de mărimea acestora – 200 000 euro/microîntreprindere, 3 000 000 euro/întreprindere mică; 24 000 000 euro/întreprindere mijlocie și 255 000 000 euro/întreprindere mare;
- și exporturile variază în funcție de dimensiunea întreprinderii: ele reprezintă 13% din cifra de afaceri a IMM, dar 21% din cea a întreprinderilor mari – cu cât întreprinderea e mai mare, valoarea exporturilor crește;
- productivitatea muncii, măsurată prin valoarea adăugată pe persoană ocupată, este în medie de 80 000 euro/persoană, variind în funcție de dimensiunea întreprinderii, valoarea maximă înregistrându-se la firmele mari 115 000 euro/persoană, iar cea minimă la microîntreprinderi 40 000 euro/persoană. Diferențele mari constatate reflectă deosebiriile dintre întreprinderi, în ceea ce privește gradul de înzestrare tehnică, precum și avantajul realizării economiilor de scală, o dată cu sporirea dimensiunii;
- procentul costurilor muncii, în valoarea adăugată, este corelat negativ cu mărimea întreprinderii, deoarece în întreprinderile mici o mare parte a muncii e depusă de membrii familiei, care nu primesc salarii; astfel el reprezintă 66% pentru microîntreprinderi și întreprinderi mici, 58% pentru întreprinderi medii și 49% pentru întreprinderi mari, cu o medie pe ansamblul întreprinderilor de 56%.

Concluzia care se desprinde din cele arătate anterior este că **IMM constituie un sector determinant al economiei UE**, care, chiar dacă generează mai puțină valoare adăugată pe un salariat, prin celelalte efecte economice și sociale se dovedește deosebit de necesar și competitiv. Pe acest plan, un argument major suplimentar este dinamica contribuției diferitelor categorii de firme, la generarea de noi locuri de muncă în țările UE – din 1991 și până în prezent, microîntreprinderile, și din 1997 și firmele mici, au creat mai multe locuri de muncă decât celelalte categorii de firme.

Un alt argument al susținerii și dezvoltării IMM îl constituie productivitatea muncii, costurile salariale unitare și mai ales profitabilitatea, așa cum reiese din tabelul nr. 3.

Tabelul nr. 3

Productivitatea muncii, costurile cu forța de muncă și profitabilitatea<sup>31</sup>

|                                                                     | 1988–1990 | 1990–1993 | 1993–1998 | 1988–1998 |
|---------------------------------------------------------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| Productivitatea muncii*<br>(schimbare medie anuală în %)            |           |           |           |           |
| IMM                                                                 | 2,1       | 1,9       | 2,1       | 2,1       |
| Companii mari                                                       | 2,4       | 3,0       | 2,8       | 2,7       |
| Total                                                               | 2,2       | 2,3       | 2,4       | 2,4       |
| Costurile unitare cu forța de muncă** (schimbare medie anuală în %) |           |           |           |           |
| IMM                                                                 | 4,3       | 3,8       | 1,0       | 2,3       |
| Companii mari                                                       | 4,6       | 2,7       | 0,5       | 1,7       |
| Total                                                               | 4,5       | 3,4       | 0,8       | 2,0       |
| Profitabilitatea***<br>(schimbare medie anuală în %)                |           |           |           |           |
| IMM                                                                 | 0,2       | 0,3       | 0,4       | 0,4       |
| Companii mari                                                       | 0,2       | 0,3       | 0,4       | 0,4       |
| Total                                                               | 0,2       | 0,3       | 0,4       | 0,4       |

\* Valoarea reală adăugată pe persoană ocupată

\*\* Costurile unitare cu forța de muncă pe salariat, ajustate în funcție de productivitatea muncii

\*\*\* Diferențele dintre valoarea adăugată cu forța de muncă pentru o persoană, ca procent din total valoare adăugată

Cu toate că productivitatea muncii și costurile cu forța de muncă sunt mai mici în IMM, comparativ cu marile companii, profitabilitatea lor per salariat, în funcție de valoarea adăugată, este egală pentru toate categoriile de întreprinderi.

### 3. Priorități privind dezvoltarea IMM în UE în perioada următoare

În cadrul documentelor strategice ale UE, începând cu Carta Albă adoptată în 1985 și continuând cu cele adoptate la Malta, Amsterdam și Helsinki, sunt prevederi exprese privind tratarea întreprinderilor mici și mijlocii drept „coloana vertebrală” a economiei UE. Conferințele europene consacrate integral IMM (A treia conferință europeană a IMM, Milano, 1997; Forumul European pentru IMM în faza de creștere, Viena, 1998; Conferința IMM de la Lisabona, 2000) au stabilit ansamblul de orientări strategice privind intensificarea dezvoltării acestor categorii de firme pe baza creării unui mediu favorizant.

Concomitent, se adoptă și se promovează importante documente privitoare la dezvoltarea firmelor mici și mijlocii în domeniile de vârf. Astfel, în decembrie

<sup>31</sup> Ovidiu Nicolescu, *op. cit.*, p.108.

1998 s-a lansat la Bruxelles **Programul-cadru 5 pentru cercetare științifică și dezvoltare tehnologică pe perioada 1998–2002**, care gestionează fonduri de 16 miliarde euro și „promovează activ tipuri noi de cooperare, cum ar fi: transferul transnațional al tehnologiei între companii și institute de cercetare (Innovation Relay Centres), rețele de Puncte Naționale de Contact (National Contact Points), Centre de Afaceri și Inovare (Business Innovation Centres), Centre Info-Europene (Euro-Info Centres) etc. Se creează o rețea de rețele ce stabilește o cooperare reciprocă ca un component esențial al competitivității în condițiile actuale”<sup>32</sup>. În prezent, reprezintă o necesitate realizarea unei legături între învățământ, cercetare, producție, finanțe, sănătate etc., domenii de activitate până acum autonome. „Legăturile transnaționale dintre companii, universități și centre care colaborează în cercetarea din Uniunea Europeană, combinate cu parteneriatele de cercetare și rețelele de cercetare au ajutat și ajută la stabilirea unei arii unice de cercetare europene. Facilitând accesul la cele mai bune abilități și experiențe, asigură un beneficiu pentru Europa ca un tot”<sup>33</sup>.

Acest Program-cadru cuprinde 4 subprograme tematice (vizând societatea informațională; calitatea vieții și managementul resurselor vii; energie, mediu și dezvoltare durabilă; creșterea industrială competitivă și durabilă) și 3 subprograme orizontale (confirmarea rolului internațional al cercetării comunitare, îmbunătățirea potențialului de cercetare uman și a bazei de cunoaștere socio-economice, promovarea inovației și încurajării participării IMM)<sup>34</sup>. Subprogramul referitor la IMM este cunoscut sub numele de **CRAFT** (*European Cooperative Research Action for Technology*) și este destinat în mod special IMM fără posibilități de cercetare-dezvoltare. Scopul programului este promovarea cooperării interstatale orientată spre cercetare, printr-o întraajutorare financiară a IMM care duc lipsă de infrastructură și posibilități de punere în practică a unor proiecte pe cont propriu. Prin CRAFT se creează posibilitatea IMM să angajeze alte societăți și instituții cu elaborarea de cercetări. Programul se va desfășura în două etape – prima de pregătire și a doua de cercetare: prima va consta într-un ajutor financiar nerambursabil pentru elaborarea unei teme de cercetare (Exploratory Award): de exemplu costurile căutării unui partener, efectuarea unei analize de piață sau de risc, patente, costurile cererii pentru cel de al doilea pas etc.; a doua va consta într-un ajutor financiar nerambursabil pentru un program de cercetare comun pe baza căruia se va subcontracta o terță parte („RTD Sub-Contractor”); în plus vor fi finanțate activități proprii legate de cercetare, cum ar fi pregătirea de echipamente, efectuarea de teste etc.<sup>35</sup>

<sup>32</sup> Oscar Hoffman, *Întreprinderea în tranziție*, p. 1.

<sup>33</sup> *European Research – a Growing Community*, în revista „Innovation and Technology Transfer”, 1999, nr. 6, p. 5.

<sup>34</sup> European Commission, *The Fifth Framework Programme of Research and Development – Why Specific Measures for SMEs?*, p. 2–3, <http://sme.cordis.lu/about/objectives.cfm>.

<sup>35</sup> Comisia Europeană, *Programul CRAFT*, <http://www.mimmc.ro/programe/craft.php>.



Deosebit de important este **Memorandumul de înțelegere pentru accesul deschis la comerț electronic pentru IMM europene**, care se operaționalizează în prezent, continuând și în primul deceniu al secolului 21.

În promovarea dezvoltării IMM în UE, o contribuție majoră o are **Uniunea Europeană a Întreprinderilor Artizanale, Mici și Mijlocii (UAPME)**, realizând o permanentă legătură cu Direcția de IMM a UE. UAPME – formată din reprezentanți ai celor mai importante asociații naționale de IMM din țările UE și a celor asociate – impulsionează luarea în considerare a specificității acestei categorii de firme în deciziile majore ale UE.

**Patronatul European UNICE**<sup>36</sup>, care este reprezentantul tuturor categoriilor de firme la nivel european, este un alt promotor major al antreprenoriatului în UE. La Conferința OCDE de la Bologna, reprezentanții săi au prezentat două documente de mare importanță strategică, intitulate: „Stimularea creativității și inovării în Europa” și „Dezvoltarea antreprenoriatului în Europa”.

Primul document realizează o analiză aprofundată a stării creativității și inovării în Europa, concretizându-se în 18 recomandări strategice și tactice, structurate pe 6 domenii: îmbunătățirea atitudinilor față de creativitate și inovare; „descătușarea” potențialului pieței; crearea de cunoștințe și exploatarea noilor idei; perfecționarea abilităților și competențelor; finanțarea inovării; concluzii generale.

Al doilea document este structurat tot în 6 capitole: evaluarea performanțelor economice și antreprenoriale ale Europei; crearea de condiții pentru întreprinzători; recompensarea celor care își asumă riscuri economice; finanțarea firmelor care se dezvoltă; asigurarea de forță de muncă utilizabilă în economie; concluzii.

O recentă expresie a luării în considerare a acestor demersuri o constituie **Carta Europeană a Întreprinderilor Mici**<sup>37</sup>, adoptată de Consiliul General pentru Afaceri la 13 iunie 2000 și acceptată de Consiliul European de la Feira din 19–20 iunie 2000. Cele mai importante principii care au stat la baza acestui document au fost: recunoașterea aptitudinilor dinamice ale întreprinderilor mici de a răspunde noilor necesități ale pieței și de a oferi locuri de muncă, precum și rolul acestora în susținerea dezvoltării sociale și regionale; considerarea antreprenoriatului ca o aptitudine valoroasă și productivă la toate nivelurile de responsabilitate și recompensarea inițiativelor antreprenoriale de succes; accentuarea valorii informării, a angajamentului și a flexibilității în noua economie.

Propunându-și o serie de măsuri complexe pentru stimularea dezvoltării întreprinderilor mici (consolidarea spiritului inovator și antreprenorial; realizarea unui cadru de reglementare, fiscal și administrativ, care să stimuleze activitatea antreprenorială; asigurarea accesului pe piețe în baza unor cerințe cât mai puțin împovărătoare; facilitarea accesului la rezultatele din cercetare și la înalta tehnologie; îmbunătățirea accesului la finanțare pe întreg ciclul de existență al unei întreprinderi etc.), Uniunea Europeană promovează în Cartă următoarele direcții de acțiune:

<sup>36</sup> Ovidiu Nicolescu, *op. cit.*, p. 424.

<sup>37</sup> *Carta Europeană a Întreprinderilor Mici*, <http://www.mimmc.ro/biblioteca/cartaimmro.pdf>.

- educația și instruirea întreprinzătorilor în spirit antreprenorial (o dată cu promovarea inițiativelor antreprenoriale ale tinerilor);
- inițierea mai puțin costisitoare și mai rapidă a afacerilor;
- legislație și reglementări mai bune în favoarea întreprinderilor mici;
- asigurarea calificării necesare, adaptate nevoilor acestora;
- îmbunătățirea accesului *on line* a întreprinderilor mici;
- extinderea pe multiple piețe a întreprinderilor avute în discuție;
- adaptarea sistemului fiscal și a altor aspecte financiare (accesul la diferite fonduri, relațiile cu sistemul bancar) în scopul favorizării întreprinderilor mici;
- consolidarea capacității tehnologice a acestora;
- utilizarea modelelor *e-business* de succes și asigurarea unei asistențe de calitate pentru întreprinderile mici;
- dezvoltarea unei reprezentări mai puternice și mai eficiente a intereselor întreprinderilor mici pe plan național și la nivelul Uniunii Europene.

Elementele cuprinse în această Cartă constituie un cuprinzător și eficace ghid pentru dezvoltarea IMM în prima parte a secolului al XXI-lea.

Prezentăm în continuare prioritățile de acțiune ale UE, în ceea ce privește sectorul IMM, adoptate în conformitate cu toate aceste documente enumerate mai sus<sup>38</sup>.

**1. Încurajarea obținerii de performanțe economice superioare de către IMM, prin crearea unui mediu stimulativ pentru dezvoltare.** Se au în vedere patru categorii de mediu.

Mediul fiscal prin: implicarea reprezentanților IMM în elaborarea măsurilor de politică fiscală ce duc la crearea de locuri de muncă; reducerea TVA-ului în sectoarele mari consumatoare de muncă, cum ar fi turismul și serviciile, pentru a spori cererea populației în aceste domenii.

Mediul administrativ și juridic prin: implementarea recomandărilor grupurilor de specialiști din UE, constituite în echipa BEST, privind simplificarea birocrăției cu prevederi speciale pentru IMM; creșterea accesului IMM la produsele și serviciile care fac obiectul comenzilor și contractelor de stat; adoptarea de măsuri care să ducă la reducerea perioadelor de efectuare a plăților în economie; promovarea simplificării birocrăției la toate nivelurile administrative, mai ales prin crearea de centre unice de oferire a serviciilor necesare IMM.

Mediul financiar prin: dezvoltarea de sisteme de garantare a creditelor adaptate la specificul IMM, apelând la Fondul European de Investiții; înființarea de fonduri cu capital de risc; încurajarea cooperării între IMM și înființarea de societăți mixte.

Mediul tehnic prin: intensificarea utilizării indicatorilor de performanță; promovarea unor sisteme de asigurare tehnică a IMM pe toată durata lor de funcționare și facilitarea accesului la centrele de inovare existente.

<sup>38</sup> Ovidiu Nicolescu, *op. cit.*, p. 109–112.

## **2. Stimularea apariției și dezvoltării unei culturi europene axată pe IMM.**

Acțiunile preconizate sunt: promovarea culturii de întreprindere și a spiritului antreprenorial la nivelul tinerilor și părinților acestora, acționând în mass-media; învățământul general și cel profesional, dezvoltarea uceniciei; creșterea conștientizării întreprinzătorilor asupra necesității și utilității pregătirii continue a personalului; îmbunătățirea și dezvoltarea pregătirii manageriale pentru a încuraja tinerii să fondeze firme; diseminarea celor mai bune metode manageriale și stimularea capacității de a inova și de a asimila noile tehnologii.

**3. Luarea în considerare, în elaborarea și implementarea strategiilor și politicilor economice de la nivelul UE, a naturii pronunțat specifice a IMM.** Se urmărește: implicarea reprezentanților organizațiilor de întreprinzători în dialogul social la toate nivelurile; realizarea de statistici și studii specifice asupra IMM la nivel național și comunitar, pentru a avea o imagine completă și exactă a situației, evoluției și problemelor acestui sector; supravegherea permanentă a impactului pe care politicile comunitare și naționale îl au asupra sectorului IMM.

**4. Încurajarea întreprinzătorilor și a organizațiilor de întreprinzători în a se implica în schimburi comerciale și cooperare economică intercomunitară cu alte țări.** Se poate recurge la mai multe modalități: încurajarea cooperării între întreprinzători și crearea de rețele universitar-economice, care să promoveze transferul tehnologic și instruirea pentru IMM; realizarea la nivelul UE a unui cadru juridic care să faciliteze cooperarea între oamenii de afaceri, mai ales sub formă de asociații economice; amplificarea cooperării dintre organisme cu responsabilități în domeniul IMM de la nivelul UE și al țărilor care nu sunt membre ale organizației, precum și dintre rețelele care sprijină IMM (Infocentrele, BC-NET, centrele de inovare economică, puncte focale artisanale etc.).

**5. Amplificarea inovării și competitivității IMM.** Principalele acțiuni preconizate sunt: conștientizarea IMM asupra oportunităților oferite de comerțul electronic; promovarea de orare flexibile de muncă adaptate specificului IMM; încurajarea schimburilor de experiență privind cele mai bune practici în domeniul IMM; facilitarea accesului IMM la noile tehnologii, în special cele furnizate de programele de cercetare-dezvoltare ale UE; identificarea celor mai bune practici manageriale și economice de dezvoltare rapidă a IMM; punerea la punct de sisteme de diagnosticare, informare și consultare în domeniul mediului ecologic, adaptate la specificul IMM.

Operaționalizarea acestor priorități va avea la bază trei principii. Primul constă în coordonarea resurselor la toate nivelurile de acțiune implicate. S-a decis deja înființarea unui grup de acțiune la nivelul DG XXIII, care să realizeze această coordonare la nivel comunitar. Al doilea principiu evidențiază absolut necesară popularizarea deciziilor și acțiunilor privind IMM pentru a le asigura o transparență crescută și a le oferi fundamentul necesar realizării de schimburi de experiență și transferuri ale celor mai bune practici antreprenoriale. Ultimul principiu se referă la monitorizarea și evaluarea rezultatelor deciziilor și acțiunilor privind IMM, cu atenție specială asupra efectelor în planul ocupării forței de muncă.

Deciziile și măsurile privind IMM se diferențiază în funcție de caracteristicile acestora. Se are în vedere diferențierea ținând cont de domeniile de activitate implicate, de faza ciclului de viață în care se află întreprinderea (incipientă, consolidare, expansiune etc.), precum și de grupurile țintă de întreprinzători (tineri, femei) care sunt prioritare în perioada actuală.

Concluzionând, se poate observa, din cele de mai sus, importanța mare acordată IMM în cadrul politicilor elaborate de UE, prin existența unor programe stabile și coerente, în cadrul cărora IMM sunt privite ca principalele promotoare ale inovației și ocupării forței de muncă, precum și ale integrării europene sociale și locale; UE le consideră ca fiind „locomotiva creării noilor locuri de muncă și parteneri importanți ai trecerii spre societatea informației”<sup>39</sup>.

\*

Această prezentare a urmărit să pună în evidență preocupările UE legate de IMM, importanța acordată acestora, structurile create, programele adoptate și puse în aplicare, măsurile întreprinse, toate acestea în scopul facilitării dezvoltării IMM, ca sursă a creșterii economice și a creării de noi locuri de muncă.

Pentru un tablou cât mai complet asupra IMM, în numărul următor al revistei va fi prezentată situația acestora în țările candidate la aderarea la UE, cu un interes deosebit acordat României.

<sup>39</sup> Cordis focus, oct. 1999, p. 3, apud O. Hoffman, *Întreprinderea în tranziție*, p. 304.

## IDENTITĂȚI ALE CIVILIZAȚIEI, NAȚIONALE ORI GLOBALE?

MONICA UNGUREANU\*

Abandonarea ideologiei comuniste, determinată preponderent de insuficiența cronică a economiei planificate în spațiul exsovietic și est-european, i-a determinat pe mulți specialiști în științele socio-umane să propună explicații și chiar predicții pentru evoluțiile empirice care au urmat războiului rece.

Dintre cele mai des citate construcții teoretice referitoare la evoluțiile empirice ale sfârșitului de secol XX, putem aminti „sfârșitul istoriei” (Francis Fukuyama), „sfârșitul geografiei” (Paul Virilio, apud Zygmunt Bauman, 1999), sau într-o altă versiune *eroziunea*, și în final, *dispariția statului național* (Ernest Gellner; Eric Hobsbawm), emergența *identităților de civilizație* (Samuel P. Huntington), ori a celor regionale sau chiar *globale* (Ernest Gellner; Samuel P. Huntington; David Held), apariția unei *noi ordini mondiale internaționale* care va determina reconsiderarea rolului deținut de SUA (Henry Kissinger), sau sfârșitul relațiilor pur *internaționale* și emergența unui nou context – cel *global* [Roland Robertson].

Majoritatea acestor paradigme teoretice au generat controverse și polemici.

Referitor la *viitorul identităților și statelor naționale* s-a născut disputa – purtată îndeosebi în literatura anglo-saxonă a științelor sociale – între primordialiști și moderniști, dispută care poate fi extinsă prin considerarea teoriei sociologice a globalizării ca emergență a scenei globale (Roland Robertson, 1992).

O atitudine oarecum modernistă își asumă și Samuel P. Huntington în celebra sa *The Clash of Civilizations and the Remaking of World Order* (1997) prin sublinierea pierderilor de suveranitate (economică, politică, militară) pe care le suferă statele naționale în perioada care a urmat războiului rece.

Această lucrare își propune analizarea critică a tezei huntingtoniene a identificărilor colective de *civilizație* ca identități dominante ale indivizilor în noul context internațional, marcat de prăbușirea regimurilor comuniste din spațiile ex-sovietice. Tezelor *noi ordini mondiale*, elaborate din perspectiva teoriei relațiilor internaționale de către Samuel P. Huntington sau Henry Kissinger, li se vor contrapune teoriile sociologilor Anthony D. Smith și Roland Robertson care susțin în esență – cu argumente și discursuri total diferite – persistența identităților și culturilor

\* Student – master: „Antropologie socială și dezvoltare comunitară”.

naționale [Smith, 1991, 1995] pe fundalul *intensificării interdependențelor globale* și a *conștiinței globale* [Roland Robertson, 1992: 51; 55].

### 1. Paradigma civilizației

Samuel P. Huntington propune un nou concept pentru explicarea realităților și relațiilor internaționale post-războiul rece: *identitățile civilizației*. Ideea este originală pentru că presupune eludarea atât a importanței statelor naționale și a funcționalităților identităților naționale, cât și negarea posibilității emergenței unei civilizații universale, ori a unei culturi globale. Dacă estomparea intensității adeziunilor naționale nu este afirmată direct, ci este consecința „reconfigurării alinierilor de-a lungul liniilor culturale” [1997: 179] și a creșterii în importanță a identificărilor culturale (citește civilizaționale) „prin comparație cu alte dimensiuni ale identității” [1997: 184], imposibilitatea emergenței unei civilizații universale este tratată explicit [1997: 81–92; 95–99] întrucât asigură legitimitatea conceptului propus – cel de identitate de civilizație – subglobală și supranațională.

### 2. Cultură și civilizație – cultură sau civilizație?

Ceea ce este frapant nu este teza reconfigurării politicilor internaționale de-a lungul liniilor civilizaționale, ci definiția dată conceptului de *civilizație*: „entitate culturală” (p. 57), „cel mai răspândit nivel de identitate culturală pe care oamenii îl au” (p. 81). Respingerea distincției filosofiei clasice germane între *cultură* și *civilizație* – preluată și în cultura română de geograful Simion Mehedinți, apoi și de antropologul Gheorghică Geană – determină „erori” în interpretarea evenimentelor geopolitice contemporane, de către istoricul american Samuel P. Huntington.

Definițiile și caracterizarea celor două concepte realizate de către antropologul român Gheorghică Geană (1997) – care continuă raționamentul elaborat de Simion Mehedinți în 1940 – sunt evocatoare pentru diferențierile semnificative existente între cele două concepte care nu pot fi asimilate într-un unic construct conceptual. *Civilizația* reprezintă ansamblul realizărilor tehnologice, materiale care răspund nevoilor biologice ale unei comunități și care pot fi transpuse fără dificultăți în alte areale geografic-culturale. *Cultura* este corpus de valori, idealuri impregnate etnic, expresie a posibilităților psihice ale unei comunități, deci cu o puternică încărcătură idiomatice (*emics*) și de aceea traductibilă cu rest în alte areale antro-po-geografice.

„Civilizația este un mare document de cultură” [Huntington, 1997: 58] dar aceasta nu poate valida suprapunerea sferelor de conținut a celor două concepte. Antropologul român Gheorghică Geană (1997) abordează nuanțat și subtil implicațiile acestei distincții, susținând cu argumente noi o teză foarte valoroasă în discursul despre națiune și globalizare: *coexistența fenomenelor etnicității/naționalității și a globalizării*, întrucât *etnicitatea*, cu împlinirea sa firească în forma identității și a statului național, se bazează în special pe categoria faptelor de *cultură* (netranspozabilă fără rest în alte comunități), iar *globalizarea* este susținută de categoria faptelor aparținătoare *civilizației* (neutră în raport cu etnicitatea).

De completat că paternitatea tezei globalizării, care nu generează automat omogenitate culturală – aparține sociologului britanic Roland Robertson (1992) –

care are, de altfel, și meritul de a fi introdus primul în discursul sociologiei conceptul de globalizare. Teoria sa este că *globalizarea reprezintă instituționalizarea unui dublu proces: universalizarea particularului* (difuziunea extensivă a diferenței, a unicului, a alterității) și *particularizarea universalului* (concretizarea problemei universalității, căutarea principiilor globale, a sensurilor lumii ca întreg). În acest context, răspândirea globală a mișcărilor de „căutare a fundamentelor” sunt explicabile în termenii difuziunii globale a ideilor referitoare la tradiții, identitate, indigen [1992: 70–2].

Teza robertsoniană, care transcende dihotomia localism – globalism și exprimă complexitatea relației global – local, este că într-o lume accentuat globalizată se produce o intensificare a conștiinței de sine individuală, etnică, națională, regională, de civilizație [1992: 74] Această idee este invocată și de Samuel P. Huntington în explicarea fenomenelor de renaștere religioasă globală. [1997: 140–5] Această evidență empirică este foarte importantă în susținerea validității „paradigmei civilizaționale” propuse de Huntington în explicarea relațiilor internaționale, întrucât dimensiunea fundamentală a identității de civilizație este *religia*, ceilalți *markeri* obiectivi (ai identității etnice/naționale) – limba, istoria, tradițiile, obiceiurile – generând identificări cel mult *subcivilizaționale*.

### 3. Implicațiile clivajelor civilizaționale (religioase)

Folosirea imprecisă, ambiguă a termenilor de „cultură”, „subcivilizație” și definirea simplistă și simplificatoare a *civilizației* de-a lungul clivajelor religioase, îl conduce pe istoricul american la trasarea îndelung-contestatei frontiere a Europei pe Carpații românești. Din Europa – geografică, politică, economică, culturală – sunt excluse regiunile istorice românești – Moldova și Țara Românească, ignorându-se moștenirea romană a poporului român, latinitatea limbii române, dar mai ales, evidența istorică – impardonabilă pentru un istoric – a axului continuității daco-romane în *Transilvania*, în veacurile următoare retragerii aureliene, retragere care a forțat deplasarea populației romanizate până sub podișurile și dealurile subcarpatice din fața invaziilor popoarelor migratoare.

Poporul latin cel mai de la răsărit este asimilat – de paradigma de civilizație huntingtoniană – *civilizației* Ortodoxiei, alături de popoarele slave ale Bulgariei, Serbiei, Macedoniei și a celor din spațiul exsovietic, exclusiv pe baza criteriului religiei, neconsiderându-se ceilalți *markeri* identitari (istoria, limba, tradițiile). Este un lucru de la sine înțeles în științele sociale, imperativul discriminării *multitudinii* factorilor, determinanților în explicarea unui fenomen social. Explicațiile uniccauzale ori cele unifactoriale și-au dovedit arareori validitatea și mai ales *persistența* în peisajul teoriilor sociologice, istorice, antropologice etc.

Evidența empirică nu susține predicția huntingtoniană a clivajului de natură religioasă între Europa Occidentală și Europa Răsăriteană: din civilizația Occidentală fac parte: un popor *ortodox*, membru al Uniunii Europene – fiind astfel subminată și teza asocierii problematice între ortodoxie și capitalism; un popor *musulman* – Turcia – este membru al NATO, iar amânarea integrării sale în

Uniunea Europeană nu se bazează pe criterii de *civilizație* (citește religioase), cum sugerează istoricul american, ci pe unele strict economice (cunoscându-se dificultatea îndeplinirii draconicelor standarde de performanță economică cerute de Uniunea Europeană). Mai mult, Occidentul nu poate „constitui o entitate” (p. 44) a cărei tentație irezistibilă este *universalismul* – impunerea prin coerciție ori persuasiune a valorilor sociale, politice, economice, culturale ale arealelor non-occidentale (p. 95).

#### **4. Politica externă în contextul emergenței noului sistem internațional**

Occidentul nu poate constitui o civilizație, un tot unitar, întrucât existența unei entități, este incompatibilă cu existența unor două centre de putere – politică, economică, culturală: cel european, franco-german, și cel american. Mai mult, demonstrează Kissinger, politicile centrelor de putere pe scena relațiilor internaționale după 1989 urmează filoane tradițional-istorice complet diferite: Franța este moștenitoarea stilului european de diplomatie, promovând politica *raison d'État* – calcularea precis-rațională a intereselor național-statale; Marea Britanie își păstrează rolul de păzitor al *echilibrului puterii* (menținerea legitimității și a echilibrului prin împărțirea valorilor comune), iar SUA este purtătoarea ideologiei [utopic] wilsoniene, în politica sa externă, (securitate colectivă, convertirea concurențelor la modul american de viață, sistem internațional de analiză a conflictelor din perspectiva legal-juridică, sprijinirea nelimitată a autodeterminării etnice/naționale) [1998 (1994): 732–733; 743].

În contextul emergenței noului sistem internațional multipolar care urmează prăbușirii celui bipolar, al războiului rece, Henry Kissinger prevede ca obiectiv suprem și legitim al viitoarei politici externe americane, promovarea interesului american pe baza principiilor ante-wilsoniene: menținerea echilibrului de putere prin alinieri cu parteneri „aleși nu tocmai pe baza considerentelor morale” (p. 732). Aceasta întrucât ideologia wilsoniană a securității colective și a autodeterminării etnice devine crescând impracticabilă și utopică, în contextul pierderii de către SUA a avantajului economic, tehnologic, militar care i-au permis în anii postbelici susținerea – prin coerciție, persuasiune, avantaje economice – a acestor deziderate.

#### **5. Terorismul islamic ca război între civilizații**

„Paradigma civilizațională” propusă de Huntington în 1997 (principalele teze fuseseră lansate în articolul din „Foreign Affairs”, 1994) a revenit în atenția specialiștilor științelor sociale, după evenimentele din 11 septembrie 2001, întrucât atacurile teroriste par să fi confirmat aprecierile istoricului american referitoare la emergența unui „cvasi-război civilizațional” (p. 318) între Occident și Islam după revoluția iraniană din 1979. În contextul Renașterii Islamului, ca mod de viață care transcende și unește religia cu politica, diferit de conceptul creștin-occidental al separării domeniilor împărăției divine și a celei lumești, politice (p. 309), punctele de confruntare a celor două civilizații sunt identificate de Huntington (p. 312) a fi: proliferarea armelor nucleare, drepturile omului și ideologia liberal-democrației,



controlul petrolului, migrația, terorismul fundamentalist-islamic și „intruziunea” americană conceptualizată sub denumirea de „imperialism”.

Deteriorarea imaginii Occidentului în arealul Islamic este explicată de Huntington (p. 392) prin înclinația spre violență și militarism a doctrinei islamice, coroborat cu explozia demografică (proporția tinerilor între 15–24 ani în populație este de 20% și peste) și cu absența unui stat de nucleu, care să fie capabil din punct de vedere religios, economic, militar să gestioneze conflictele inter/intra islamice.

Explicația divergențelor dintre cele două areale civilizaționale, în ceea ce privește terorismul, migrația, drepturile omului (de remarcat că nu există dispute teritoriale majore între cele două civilizații – acestea reprezentând fundamentul solid al războaielor, întrucât atașamentele față de teritoriu sunt *primordiale* – Steven Grosby, 1995) ar fi putut fi acceptate ca pertinente dacă nu ar fi fost ridicate la statusul de *cvasi-războaie ale civilizației* – purtate de organizații islamiste, finanțate de state fundamentaliste și nefundamentaliste, duse cu mijloacele limitate ale terorismului, pe de o parte, și ale sancțiunilor economice, de cealaltă parte, pe perioade îndelungate de timp, cu acțiuni intermitente care fac victime deopotrivă printre civili și militari [Huntington, 1997: 318–319]. Pentru a-și susține teza afiliierilor de-a lungul clivajelor de civilizație (religioase) și pe cea a războaielor liniilor de falie (dintre civilizații), Huntington asimilează eronat și periculos, în același timp, fundamentalismul islamic cu Islamul și imperialismul american (convingerea SUA în universalitatea, moralitatea, eficiența doctrinei liberal-democratice și a economiei liberei concurențe) cu arealul vest-european.

Validitatea acestei asimilări este contestabilă atât teoretic (prin analiza atentă a doctrinei islamice și a presupuzițiilor fundamentalist-islamice, prin considerarea diferențiată a istoriei și tradițiilor europene și a celor americane), cât și prin reliefarea implicațiilor geopolitice și geostrategice ale acestei viziuni.

## **6. Teoria persistenței identităților, culturilor, statelor naționale**

Dacă, în teoria relațiilor internaționale, cadrele explicative ale realităților internaționale de după războiul rece au avut ca nucleu anumite concepte: *identități ale civilizației*, sistemul relațiilor internaționale, obiectivul constituindu-l implicațiile adoptării unui anumit tip de politică externă de către *statele de nucleu*, ori de către cele care constituie noii poli ai *noii ordini mondiale*, teoriile sociologice, care își propun explicarea realităților sfârșitului de secol XX, promovează un alt tip de discurs centrat pe *identități naționale*, suveranitatea *statului național*, *organisme supranaționale*, *identități regionale*, *scenă globală*, *cultură globală*, etc.

Pe fundalul intensificării schimburilor comerciale la scară regională și chiar globală, grație eliminării progresive a barierelor vamale și a scăderii costurilor transportului, în contextul schimbării pattern-urilor de producție ca urmare a descentralizării acesteia, a adaptării rapide la cerințele pieței și a dematerializării bunurilor produse, pe fondul multiplicării fără precedent a organizațiilor

interguvernamentale și a celor nonguvernamentale, dar și prin expansiunea globală a tehnologiei comunicațiilor și a publicității, realitățile statului și identității naționale au devenit din ce în ce mai des puse sub semnul întrebării [Waters, 1995: 66–92; 98–121; 127–56].

Anumiți teoreticieni (Gellner, Hobsbawm) au promovat teza că statele și culturile naționale aparțin unei perioade istorice strict delimitate – perioada modernă – care începe din punct de vedere politic o dată cu revoluția franceză de la 1789 –, și că răspund cerințelor specifice societăților industriale și economiei bazate pe capitalism. Prin dizolvarea progresivă a coordonatelor societății industriale clasice și prin trecerea spre etapa post-capitalistă, post-industrială, post-modernă – arată paradigma modernistă – națiunile (omogene cultural, reprezentate la nivel politic de statul național) își vor pierde rolul pe scena istoriei, fiind dislocate și înlocuite de emergentele structuri politice, militare, economice supranaționale, regionale sau chiar globale.

Ceea ce pierde din vedere teza modernistă a anacronismului națiunilor în contextul emergenței scenei globale, este *funcționalitatea socio-politică* a identităților naționale. Anthony D. Smith distinge între funcțiile interne și cele externe ale identității naționale.

Funcțiile *externe* (resimțite îndeosebi la nivel societal-comunitar) sunt *teritoriale, economice și politice*:

**a.** națiunile presupun existența unui *areal teritorial istoric* bine delimitat, realizând astfel localizarea comunității în timp și spațiu și asigurând membrilor centrele teritoriale sacre – obiective ale pelerinajelor istorice, markeri ai unității naționale;

**b.** națiunile pretind controlul și managementul *resurselor umane și naturale*, realizează diviziunea muncii, asigură mobilitatea bunurilor și a persoanelor și redistribuția (mai mult sau mai puțin egalitară) a resurselor între membrii comunității;

**c.** politic, identitățile naționale asigură *legitimitatea instituțiilor publice* și a impunerii (prin coerciție) a ordinii și solidarității sociale;

Funcțiile *interne* (concentrate la nivel *individual-personal*) se referă la socializarea, realizarea coeziunii sociale, precum și la satisfacerea nevoii de transcendent a individului, de asigurare a nemuririi prin depășirea efemerității personale (prin această dimensiune *transcendentală*, naționalismul se deosebește de alte ideologii cvasi-religioase, precum comunismul sau fascismul);

**a.** proiectul de tip național presupune transmiterea unei culturi publice, oficiale prin intermediul sistemului educațional public, de masă, standardizat pentru a realiza socializarea membrilor în spiritul *patriotismului* și al *cetățeniei* (respectarea, valorizarea tradițiilor etnic-culturale, cât și a simbolurilor civic-politice);

**b.** națiunea asigură realizarea densității relațiilor sociale, a *coeziunii sociale* prin împărtășirea unui repertoriu comun de valori, mituri și tradiții. Simbolurile naționale semnifică moștenirea comună, înrudirea culturală, satisfac formarea identităților individuale și trebuința apartenenței la un grup cultural cu o cultură autentică și unică;

c. identificarea cu națiunea este singura modalitate prin care se asigură – în epoca secularizării – *accesul la transcendență*. Pentru a salva indivizii de la efemeritatea existenței individuale și pentru a restaura credința și demnitatea colectivă, proiectul naționalist trebuie să fie capabil a dezvălui existența unui trecut glorios, a unei epoci a sfinților și a înțelepților, trebuie să asigure deci o cât mai bogată și documentată etno-istorie care să susțină promisiunea restaurării demnității individuale și colective, dar și să mobilizeze voința colectiv-națională [Smith, 1991: 160–3].

### 7. Funcționalitatea identităților naționale

Sintetizând, persistența naționalismului și a identităților naționale în lumea contemporană, globalizată, este dată de următoarea triadă: *necesitate politică, funcționalitate socială, înrădăcinare istorică*.

Națiunile și naționalismul se dovedesc a fi *necesare politic*, întrucât asigură ordinea *internațională* în virtutea principiului suveranității și a voinței populare, reprezintă unica sursă de legitimitate (a guvernării) și stimulul cel mai puternic al mobilizării populare. Națiunea, ce asigură acel *raison d'être* al statului național, nu va fi eliminată de pe scena istoriei (împreună cu statul național) întrucât nu există surse ale emergenței unei noi ordini politice (*supranaționale*). Deși sunt semne ale cedării unor segmente ale suveranității și tendințe incipiente ale unor state către federalizare, mult mai proeminente sunt cererile autonomist-secesioniste, de dizolvare a federațiilor ori de obținere a unei cât mai largi autonomii.

Identitatea națională, spre deosebire de alte tipuri de identități colective, este *funcțională social*, asigurând condiția alfabetizării și a mobilității ocupaționale a cetățenilor, elemente indispensabile funcționării societății moderne industrializate. Mai mult, coeziunea socială și acțiunea politică sunt posibile în societățile moderne, doar dacă este asigurat numitorul comun, elementul împărțit social, acestea neputând fi date decât de miturile, simbolurile, tradițiile, ceremoniile asigurate de ideologia naționalismului, capabilă a stimula sentimentele și loialitățile cetățenilor, conștiința și voința națională.

Succesul proiectului naționalist în formarea conștiinței și a loialităților naționale este condiționat de *calitatea etno-istoriei* moștenite de la comunitățile etnice premoderne, naționalismul fiind moștenitorul secular al mitului premodern al „alegerii” comunității pentru o misiune divină. Combinarea sentimentelor și legăturilor premoderne cu mitul modern al suveranității populare și al culturii publice de masă, a făcut din naționalism regizorul dramei moderne a eliberării naționale, prin mobilizarea populară într-un anumit teritoriu istoric bine precizat.

*Legătura istorică* cu trecutul etnic se dovedește a fi o realitate în cazul celor mai multe națiuni moderne. Înrădăcinarea istorică a naționalismului reprezintă un contraargument puternic al tezei manipulării tradițiilor istorice de către o elită, întrucât etno-istoria impune limitări precise activității de „inventare” a tradițiilor, asigură conținutul naționalismului (arhetipurile, miturile, valorile) și suportul idealului restaurării și regenerării comunității naționale [Smith, 1995: 153–9].

### 8. Emergența culturii regional-europene?

Anthony D. Smith (1991, 1995) analizează și condițiile, presuposițiile realizării „*proiectului european*” și a „*identității europene*”. Crearea unei supernațiuni europene sau măcar a unui superstat european este realizabilă doar în condițiile emergenței unei identități europene. S-a spus că identitatea europeană se poate forma, precum orice construct social, ca parte a impunerii cadrului instituțional al comunității politice europene. Dar acestei viziuni îi este contrapusă cea a identităților culturale colective formate de-a lungul generațiilor, prin împărtășirea unor mituri, valori, simboluri, experiențe comune (echivalentul etnoculturii pentru identitatea națională). Această din urmă explicație impune segregarea, între dezvoltarea infrastructurii instituționale de procesul îndelungat și sinuos de elaborare a identităților culturale [Smith, 1995: 126–7].

Întrebarea pe care sociologul britanic o adresează retoric eurofililor este ce anume îi poate determina pe europeni să aleagă cultura „europeană” (acceptând pentru moment ipotetica ei existență) în defavoarea culturilor naționale înrădăcinate istoric. Continuând raționamentul, Anthony D. Smith se întreabă care sunt simbolurile, miturile, tradițiile, experiențele și memoriile comune capabile a genera loialitățile și adeziunile afective, chiar sacrificiul de sine, locuitorilor Europei „moderne”. Smith demonstrează metodic că moștenirea greco-romană, dreptul roman, sistemul axiologic iudeo-creștin, unitatea lingvistică indoeuropeană, tradiția imperialistă europeană nu constituie mituri, simboluri, ceremonii și trăsături culturale comune, *împărtășite* de toate popoarele europene (diferite lingvistic, religios, etnic), care să asigure emergența conștiinței europene, să inspire afecțiune și loialitate, nu constituie acel corpus de „tradiții inventate” capabile a constrânge și inspira, a alina, entuziasma și solidariza masele [Smith, 1995: 129; 133–43].

Demonstrația smithiană a imposibilității emergenței *identității regional-europene*, poate fi folosită drept contraargument tezei huntingtoniene a *identităților de civilizație*: indivizii nu vor renunța la propriile identități naționale în favoarea afilierii la identitățile culturale regionale, statele naționale vor urmări în politica externă promovarea intereselor naționale, iar pentru atingerea acestora asocierile nu vor urma în mod necesar clivaje religio-civilizaționale.

Spre deosebire de edificiul teoretic bine construit de către sociologul britanic Anthony D. Smith pentru a ilustra imposibilitatea emergenței identității regional-europene, demersul epistemologic huntingtonian este imprecis și eliptic. Propozițiile care se cer a fi demonstrate au valoare de sentință:

„*Popoare și țări având culturi similare se alătură. Alinierile definite de ideologie și relații între superputeri sunt înlocuite cu alinierile definite de cultură și civilizație. [...] liniile de falie între civilizații devin liniile directe ale politicii globale conflictuale*” (p. 179).

[...] „o persoană se poate identifica cu clanul, grupul etnic, naționalitatea, religia și civilizația sa. *Proeminența crescândă a identității culturale la nivelurile de jos ar putea foarte bine să-i întărească proeminența la nivelurile de sus*” (p. 184).

Dacă *teza persistenței identităților, culturilor, statelor naționale* pe fundalul globalizării economiei, politicului, culturii implică logic combaterea emergenței identităților regionale ori a celor globale, *teza cristalizării afilierilor civilizaționale* comportă aceeași cerință logică: dezavuarea funcționalității identităților naționale și negarea posibilității formării identităților, civilizațiilor universale.

## CONCLUZII

Această lucrare și-a propus analiza critică a *paradigmei civilizaționale*, propusă în discursul științelor sociale de către Samuel P. Huntington (1997). Ideea adeziunilor față de entități supra-naționale, dar sub-globale, a fost revitalizată în explicațiile diplomatice, politice, sociologice, de către evenimentele teroriste din septembrie 2001, care au surprins prin violență și tragism atât pe oamenii de știință, cât și pe oamenii obișnuiți.

*Identităților de civilizație* eclectice, eterogene, fără înrădăcinare istorică le-au fost contrapuse *identitățile naționale*, fundamentate istoric, etnic, lingvistic, capabile a inspira indivizii și a asigura solidaritatea și coeziunea socială, dar mai ales suportul indivizilor în fața efemerității existenței personale. Ideea persistenței și funcționalității identităților naționale este chestionată de autorii [Ernest Gellner; Samuel P. Huntington; David Held] care au văzut în *globalizare* fenomenul social care va elimina de pe scena istoriei *entitățile politice* (statul național, suveranitate statală, cetățenie, cultură națională, omogenitate națională etc.) specifice începuturilor modernității politice în Europa, începuturi marcate de revoluția franceză de la 1789. Erodarea adeziunilor naționale este însoțită – arată *moderniștii* – de emergența unor organisme politico-economice supranaționale, singurele viabile și legitime pe scena istoriei devenită „globală” [Robertson, 1992].

Reliefarea funcțiilor – interne și externe – ale identității și culturii naționale, analiza consecințelor *politice* ale emergentelor alinieri ale civilizației, realizate de statele *naționale* în contextul urmăririi propriilor interese naționale, critica smithiană realizată ipoteticei identități europene – au fost teze aduse în favoarea tezei persistenței identităților naționale în contextul emergenței *scenei globale* [Robertson, 1992].

## BIBLIOGRAFIE

1. GEANĂ, GHEORGHIȚĂ, 1997, *Ethnicity and globalisation. Outline of a complementarist conceptualisation*, „Social Anthropology”, 5, 2.
2. GELLNER, ERNEST, 1997 (1983), *Națiuni și naționalisme*, Oradea, Antet.

3. HOBSBAWM, ERIC J. 1997 (1990), *Națiuni și naționalism din 1780 până în prezent*, Iași, Arc.
4. HUNTINGTON, SAMUEL, P., 1997 (2000), *Ciocnirea civilizațiilor și refacerea ordinii mondiale*, București, Antet.
5. KISSINGER, HENRY, 1994 (1998), *Diplomația*, București, All.
6. ROBERTSON, ROLAND, 1992, *Globalization. Social Theory and Global Culture*, London, Sage.
7. SMITH, ANTHONY D., 1990, *Towards a Global Culture?*, în Mike Featherstone (ed) *Global Culture. Nationalism, Globalization and Modernity*, London, Sage.
8. SMITH, ANTHONY, D., 1991, *National Identity*, London, Penguin Book.
9. SMITH, ANTHONY, D., 1995, *Nation and Nationalism in Global Era*, London, Polity Press.
10. WATERS, MALCOM, 1995, *Globalization*, London and New York, Routledge.

## DEMOCRAȚIA, ISLAMUL ȘI „SFÂRȘITUL ISTORIEI”

ANA BĂRBULESCU

Conștientizate sau nu înainte de septembrie 2001, diferențele dintre civilizația occidentală și cea islamică au devenit, după aceste evenimente, evidente. Cei mai mulți dintre noi nu știu exact în ce constau aceste diferențe însă, ceea ce este extrem de important, ele sunt percepute ca reale și, mai mult, sunt la originea a ceea ce pare acum a separa cele două lumi.

Având ca reper evenimentele din toamna lui 2001, ceea ce ne propunem în lucrarea de față este să oferim un răspuns la întrebarea – *ce validitate mai are în contextul actual (și avem în vedere, așa cum am afirmat, evenimentele din toamna trecută) al începutului de secol XXI teza lui Fukuyama, conform căreia umanitatea ar fi ajuns la finalul istoriei?*

Construirea unui răspuns la această întrebare trebuie să includă, în mod necesar, pe lângă o prezentare a tezei mai sus-menționate și o evidențiere a punctelor forte, precum și a celor slabe ale acesteia, și o identificare a diferențelor și/sau asemănărilor ce apar între valorile civilizației occidentale și valorile civilizației islamice. Este exact ceea ce ne propunem să realizăm în ceea ce urmează.

### TEZA LUI FUKUYAMA

Pentru Fukuyama istoria este un proces unic, coerent, evolutiv, ce se poate raporta la experiența tuturor oamenilor din toate timpurile. Iar faptul că este unic, coerent și evolutiv implică cu necesitate o altă caracteristică – și anume, liniaritatea adică existența unui sens al istoriei comun pentru întreaga umanitate. Această idee a unei istorii umane universale ce ar explica, în aceeași măsură, evoluția celui mai înapoiat dintre popoare ca și a celui mai dezvoltat dintre acestea, nu este una nouă – ea aflându-și originea în gândirea kantiană și găsindu-și dezvoltarea în scrierile de mai târziu ale lui Hegel (în principal în lucrarea *Fenomenologia spiritului*).

Însă, dacă istoria este un proces unic, coerent și evolutiv apare în mod logic o întrebare – *către ce se îndreaptă umanitatea?* sau, altfel spus – *care este punctul final al acestei istorii umane?* Acestea sunt întrebările pe care Fukuyama și le pune și la care încearcă să răspundă în lucrarea pe care o avem în vedere.

În încercarea de a răspunde la întrebarea enunțată mai sus, autorul american pleacă de la o evidență observabilă – și anume aceea că în ultimele decenii a apărut

un extraordinar consens asupra democrației liberale, acest consens apărând pe măsură ce aceasta învingea pe rând o seamă de ideologii rivale – de la monarhiile ereditare până la principalele doctrine totalitare ale secolului XX – fascismul și comunismul. Această observație, la care se adaugă credința că democrația liberală este lipsită de contradicții interne fundamentale – ceea ce înseamnă că problemele din interiorul democrațiilor provin din incompleta aplicare a principiilor gemene ale libertății și egalității, și nu din defectele principiilor în sine – îl fac pe Fukuyama să lanseze ipoteza că democrațiile liberale reprezintă punctul final al evoluției ideologice a omenirii, adică nici mai mult nici mai puțin decât forma finală de guvernare umană.

În aceste condiții, autorul american răspunde la întrebarea de mai sus încă din capitolul introductiv al lucrării, ceea ce face ca următoarele 400 de pagini să nu fie decât o încercare de demonstrare a acestei teze conform căreia lumea ar fi ajuns, o dată cu descoperirea democrației liberale, la sfârșitul istoriei. Hegel și Marx susțineau, la timpul lor, că societatea umană nu ajunsese la final și că evoluția se va încheia atunci când omenirea va realiza acea formă a societății care îi va satisface necesitățile fundamentale (după cum se știe Hegel acorda statului liberal statutul de punct final al istoriei, în timp ce Marx susținea ideea instaurării statului comunist).

Fukuyama preia în totalitate teza hegeliană, conform căreia evoluția se va încheia atunci când forma de guvernământ va permite satisfacerea aspirațiilor umane fundamentale – și anume o dată cu instaurarea democrației liberale, plecând ca și gânditorul german, de la premisa complet nedemonstrabilă, ca să nu spunem falsă – că putem privi umanitatea ca pe un tot unitar, căruia să îi atribuim un set de aspirații fundamentale comune.

Mergând pe urmele lui Fukuyama vom încerca să verificăm această teză, conform căreia ar exista un set de aspirații umane fundamentale. Și aceasta pentru că dacă un asemenea set nu ar exista, deci dacă nu ar exista o natură umană comună tuturor indivizilor și dacă, deci, avem culturi diferite, cărora le corespund aspirații fundamentale diferite, înseamnă că toate acestea se vor „împlini” în diferite forme de guvernământ (capabile să satisfacă diferitele tipuri de aspirații fundamentale) și, mai mult, înseamnă că omenirea nu va ajunge niciodată la un final unic al istoriei, ci la mai multe finaluri distincte (care în cel mai bun caz s-ar putea tolera reciproc).

Fukuyama își începe lucrarea printr-o radiografie a secolului XX, ale cărui experiențe (războaie) au pus la îndoială afirmația că progresul s-ar funda pe știință și tehnologie, și mai mult, au pus la îndoială credința în existența unui sens al istoriei sau în posibilitatea identificării unor structuri majore în cadrul acesteia. Și, totuși, afirmă autorul american, secolul XX, în ciuda tuturor atrocităților pe care le-a cunoscut și a stării de pesimism pe care a indus-o, ne permite să sperăm că lucrurile merg spre bine. Și aceasta pentru că, după cel de-al doilea război mondial, lumea pare a se îndrepta într-o direcție bună, prin prăbușirea comunismului și, la modul general, a majorității dictaturilor autoritare (fie că erau de stânga, fie că erau de dreapta).



Din acest punct de vedere, ultimii 200 de ani și cu precădere ultimii 30 sunt caracterizați printr-o creștere spectaculoasă a statelor ce au trecut în mod pașnic de la regimuri totalitare la regimuri de tip liberal democrat (iar exemplele aduse de Fukuyama, pentru perioada 1970–1990 sunt numeroase – Portugalia, Spania, Grecia și Turcia, din Europa de Sud; Peru, Argentina, Brazilia, Paraguay, Chile din America de Sud; Filipine, Coreea de Sud, Taiwan din Asia de Est la care se adaugă Africa de Sud și, evident, toate noile democrații ale Europei Centrale și de Est) [cf. Watters M., 1995, p. 120].

Am afirmat mai sus, urmându-l pe Fukuyama, că toată această înlocuire a regimurilor totalitare cu regimuri democratice s-a realizat în mod pașnic și aceasta pentru că, afirmă autorul american, reprezentanții vechiului regim au înțeles că „democrația este singura sursă legitimă de autoritate în lumea modernă” [Fukuyama, 2001, p. 35]. În viziunea lui Fukuyama, eșecul fundamental al oricărui tip de stat totalitar se datorează incapacității sistemului (ce își propune tocmai un control total al vieții oamenilor) de a controla gândirea supușilor săi. Și aceasta este valabil, fie că avem de-a face cu un sistem totalitar de dreapta și atunci această incapacitate ia forma neputinței de control a societății civile, fie că avem de-a face cu un regim de stânga și atunci se asistă la pierderea controlului statului asupra convingerilor indivizilor.

Ajuns în acest punct al discuției, Fukuyama ridică o nouă problemă – *suntem martorii unei ascensiuni momentane a democrației liberale, sau există un model de dezvoltare pe termen lung care, în cele din urmă, va conduce toate țările în direcția democrației liberale?*

Aruncând o privire retrospectivă asupra istoriei umane, Fukuyama ajunge la concluzia că democrația ocupă un loc special de-a lungul întregii istorii a umanității, existând dintotdeauna o orientare consecventă în direcția acesteia. Mai mult decât atât, afirmă autorul american, „succesul democrației, în țări și printre popoare foarte diferite între ele, poate sugera că principiile libertății și egalității, pe care aceste standarde se bazează, nu sunt accidentale sau rezultatul prejudecăților etnocentrice, ci sunt de fapt descoperiri ale naturii umane (...)” [Fukuyama, 2001, p. 51].

Afirmațiile lui Fukuyama ridică totuși un semn de întrebare: *Își doresc oare toți indivizii libertatea și egalitatea pe care le oferă democrația?*

Răspunsul lui Fukuyama este unul pozitiv, și vom vedea mai jos cum și-l argumentează, răspunsul nostru este oarecum diferit de cel al autorului american și va fi și el dezvoltat în cele ce urmează.

Mergând, așa cum am arătat, pe urmele lui Hegel, Fukuyama susține existența unei transformări istorice direcționate, deci a unei liniarități a acesteia, iar ca mecanism ce ne poate demonstra direcționalitatea și liniaritatea istoriei, autorul american utilizează științele naturale moderne. Evoluția științei este continuă și cumulativă și determină transformarea istoriei pe două căi: prin creșterea concurenței militare (ce se impune ființei umane din motive defensive) și prin continua dezvoltare economică, creșterea economică producând transformări

sociale uniforme, în toate societățile, indiferent de structura lor socială anterioară. Istoria, afirmă Fukuyama, „care s-a produs ca o consecință a dezvoltării științei moderne, avansează într-o singură direcție coerentă (...)” [Fukuyama, 2001, p. 89].

Știința modernă este indispensabilă individului contemporan și, mai mult, dominația acesteia este, în viziunea autorului american, ireversibilă – și aceasta pentru că oamenii nu pot renunța de bună voie la beneficiile oferite de știință, iar pierderea întregii moșteniri științifice a umanității este improbabilă, în condițiile în care nu am asista la o catastrofă care să conducă la dispariția speciei umane în ansamblul său.

În consecință, „(...) derularea treptată a științei moderne produce o istorie direcționată și anumite schimbări sociale, uniforme în cadrul unor națiuni și culturi diferite” [Fukuyama, 2001, p. 97]. Însă, atrage atenția Fukuyama, deși dezvoltarea științei are drept consecință industrializarea ce implică dezvoltarea economică, toate aceste dependențe nu conduc în mod necesar la adoptarea unei direcții politice unice. Cu alte cuvinte, dezvoltarea științei moderne conduce în mod necesar la dezvoltare economică, însă nu și la democrație. Ceea ce înseamnă că explozia democratică, din cea de-a doua jumătate a secolului XX, trebuie explicată printr-un alt set de variabile și aceasta pentru că fenomenul democratic nu poate fi înțeles, dacă este analizat exclusiv în termeni economici.

Pentru a ne ajuta să înțelegem de ce în secolul XX statele lumii au ales, în majoritatea cazurilor democrația, Fukuyama se întoarce la Hegel, cel care afirmă că – motorul principal al istoriei umane nu este știința modernă și nici nivelul tot mai ridicat al aspirațiilor omenești, ci un impuls total non-economic, și anume, lupta pentru recunoaștere. În aceste condiții, în viziunea hegeliană adoptată și de Fukuyama, istoria a ajuns la final, atunci când forma de organizare socială și politică este pe deplin satisfăcătoare pentru ființele umane în trăsăturile lor esențiale, adică atunci când îi sunt recunoscute fiecărui individ propriile valori sau cele ale oamenilor, ale lucrurilor și ale principiilor pe care acesta le investește cu valoare.

Prin natura sa, afirmă Hegel, ființa umană are tendința de a-și acorda o valoare și, în plus, de a cere ca aceasta să fie recunoscută de ceilalți. Iar superioritatea democrației (față de orânduirile ce au precedat-o) constă nu în aceea că satisface individului principalele nevoi materiale, ci în aceea că permite recunoașterea statutului și demnității acestuia, oamenii dorind, prin însăși natura lor, să fie recunoscuți ca liberi și egali celorlalți. Mai mult, afirmă Fukuyama, democrația permite înlocuirea dorinței iraționale de a fi recunoscut drept superiorul celorlalți, cu dorința rațională de a fi recunoscut drept egalul tuturor.

Pentru a înțelege mai bine despre ce este vorba considerăm că este necesar să realizăm un rezumat al celor susținute de Fukuyama (și implicit de Hegel) – astfel, există ceea ce am putea numi natura umană și aceasta se rezumă, în principal, la existența unei dorințe universale de recunoaștere a fiecăruia de către ceilalți. Iar această dorință de recunoaștere, ce le-a fost refuzată de-a lungul istoriei celor mai mulți dintre indivizi poate fi, în sfârșit, pusă în practică în democrația liberală, și

aceasta datorită celor două principii diriguitoare ale acesteia – libertatea și egalitatea. Acesta este motivul, afirmă Fukuyama, pentru care indivizii aleg democrația în număr din ce în ce mai mare – ei o fac de dragul propriei recunoașteri, iar dezvoltarea economică nu creează decât anumite condiții care măresc probabilitatea acestei alegeri.

### DE CE SE ÎNȘEALĂ FUKUYAMA!

Din punctul nostru de vedere, teoria lui Fukuyama este corectă până la un punct – și anume până acolo unde susține că dorința de recunoaștere este o necesitate umană fundamentală. Pentru a înțelege critica pe care o aducem autorului american, considerăm că trebuie să ne întoarcem la revoluția franceză (ca eveniment generator al democrației liberale) și la principiile care îi animau pe participanți. Să ne amintim că aceștia din urmă cereau – libertate, egalitate, fraternitate – și că urmăreau înlocuirea unui sistem bazat pe dreptul ereditar. Mai mult decât atât, considerăm că trebuie să identificăm originea acestor trei principii ale revoluției franceze, origine care se află, oricât de surprinzător ar părea, în tradiția creștină. De altfel, Hegel afirmă că „ideea de libertate și-a găsit penultima formă în creștinism, această religie fiind și prima care a stabilit principiul egalității universale a tuturor oamenilor în fața lui Dumnezeu, pe baza capacității lor de a avea o opțiune morală și o credință” [*apud.* Fukuyama, 2001, p. 195].

Așa cum se știe, conform credinței creștine, oamenii sunt liberi și egali în fața lui Dumnezeu, iar această idee este extrem de importantă, în condițiile în care religia creștină a influențat continentul european pentru cel puțin 16 secole. Mai mult, să nu uităm că, până la revoluția franceză, religia a structurat toate domeniile vieții. Ceea ce înseamnă că la momentul 1789, chiar dacă suntem în fața unui eveniment profund antireligios, cele 16 secole de credință nu au trecut fără a lăsa urme; acest lucru se vede cel mai bine dacă analizăm idealurile revoluționarilor francezi, și aceasta pentru că participanții la acest eveniment cereau, chiar dacă nu erau conștienți de acest lucru, ceea ce Dumnezeu le promisese oamenilor, iar semenii lor (luând forma aristocrației, a clasei dominante) nu le permiteau să primească.

Cu alte cuvinte până la 1789 în interiorul spațiului creștin există o contradicție, mai exact o dublă dominație ce naștea o contradicție – este vorba, pe de o parte, de dominația creștinismului (ce recunoștea prin textele sale fundamentale libertatea și egalitatea umană) iar, pe de alta, de dominația monarhiilor ereditare ce refuzau mării majorității a populației dreptul la libertatea și egalitatea pe care Dumnezeu le garantase ființei umane.

Astfel, ținând cont de cele afirmate mai sus, precum și de ideea hegeliană referitoare la dorința universală a omului de recunoaștere, putem explica, poate mai bine decât o face Fukuyama, instaurarea democrației în spațiul european. Pentru aceasta trebuie să avem în vedere, așa cum am spus, două elemente, primul ar fi

acela că 16 secole de creștinism autentic au sădit în inima oamenilor credința că toți indivizii sunt lăsați de Dumnezeu liberi și egali, și al doilea ar fi acela că, în virtutea a ceea ce Hegel numea dorința de recunoaștere, la momentul 1789 indivizii cer să li se recunoască de către ceilalți oameni ceea ce le garantase Dumnezeu.

Iar cea mai bună formă de organizare politică, prin care se poate recunoaște libertatea și egalitatea tuturor indivizilor, este ceea ce poartă numele de democrație liberală. Însă, deja am ajuns la o concluzie diferită de cea a lui Fukuyama, pentru că – din punctul nostru de vedere – democrația liberală nu este sistemul politic și social ce satisface nevoile fundamentale ale unei întregi umanități (privite ca un tot unitar), ci este sistemul politic ce satisface dorința de recunoaștere, necesitățile fundamentale ale celor ce se percep pe ei înșiși ca liberi și egali cu toți ceilalți.

O dată făcută afirmația de mai sus, două întrebări se succed cu repeziciune – sunt libertatea și egalitatea valori universale? și prin urmare – este democrația singura formă de guvernământ capabilă să satisfacă dorința universală de recunoaștere a ființei umane?

### OCIDENT ȘI ISLAM – DOUĂ MODALITĂȚI DE VALORIZARE A FIINȚEI UMANE

Evenimentele din septembrie 2001 au pus față în față două civilizații – pe cea occidentală (de tradiție creștină) ce oferă principiile libertății și egalității, și pe cea islamică ce rămâne o enigmă pentru cei mai mulți dintre occidentali.

Având în vedere scopul analizei noastre, în cele ce urmează vom încerca să vedem în ce măsură principiile libertății și egalității sunt caracteristice culturii islamice.

Atunci când ia în discuție ideologiile ce ar putea reprezenta o amenințare la adresa democrației, Fukuyama se oprește și asupra culturii islamice, căreia îi recunoaște caracterul de ideologie sistematică și coerentă, ce conține propriul său cod moral de dreptate politică și socială. Însă, în viziunea autorului american, Islamul nu reprezintă un pericol real pentru democrație, pentru că nu are aderenți în afara zonelor ce sunt tradițional musulmane și, mai mult, nu există nici un fel de incompatibilitate între islamism și democrație și aceasta pentru că religia musulmană recunoaște – ca și creștinismul – principiul egalității umane universale.

Însă lucrurile nu sunt atât de asemănătoare cum crede autorul american, căci iată – Dumnezeu creștin îi judecă pe oameni după aceleași criterii și, în plus, ceea ce este mai important, atunci când pleacă „la drum” (adică în viață) creștinii se află pe poziții de egalitate chiar dacă unii **aleg**, ulterior, calea credinței iar alții pe cea a necredinței. Cu totul altfel stau lucrurile în mahomedanism, căci iată ce ne spun textele Coranului – „De voiește Dumnezeu să-l ocârmuiască, apoi îi deschide sufletul pentru Islam, iar dacă voiește să îl ducă în rătăcire atunci îi face pieptul îngust(...)” [VI: 125] adică „nimeni nu poate crede fără voia lui Dumnezeu (...)” [X: 100] pentru că „Noi i-am făcut pentru iad pe multe dintre duhuri și dintre oameni” [VII: 178] și aceasta deoarece „Pe unii dintre ei i-a ocârmuit Dumnezeu

alții au fost hotărâți pentru rătăcire” [XVI: 38]. Iar dacă nimeni nu poate crede fără voia lui Dumnezeu și unii sunt hotărâți dintr-un început pentru rătăcire înseamnă că nu mai avem de-a face cu egalitatea „punctului de pornire”. Pentru că oamenii nu mai sunt indivizi egali, ce îl aleg sau nu pe Dumnezeu, ci sunt încă din start, în virtutea alegerii divine, credincioși sau necredincioși, predestinați pentru ocârmuire sau pentru rătăcire și ceea ce este mai important, între cele două categorii, nu poate fi pus, în nici o situație semnul de egalitate – și aceasta pentru că numai primii dintre aceștia primesc titulatura de „popor al lui Dumnezeu”.

În privința libertății, al doilea principiu pe care trebuie să îl luăm în discuție, mahomedanismul se diferențiază din nou în mod fundamental de tradiția creștină, cea care, așa cum am văzut, a pus bazele principiilor democrației liberale.

Pentru a înțelege mai bine diferența ce există între creștinism și mahomedanism trebuie avut în vedere faptul că, atât *Vechiul* cât și *Noul Testament*, îi recunoaște omului capacitatea de a avea o opțiune morală, oferindu-i dreptul de liberă alegere între bine și rău, cu alte cuvinte îl înzestrează pe acesta din urmă cu liber arbitru („Toate îmi sunt îngăduite dar nu toate cu folos” – I. *Corinteni* 6 : 12).

Cu totul altfel stau lucrurile în credința mahomedană căci, de data aceasta, alegerile privind viața individului cu tot ceea ce presupune aceasta (inclusiv, așa cum am văzut, includerea în rândul credincioșilor sau a necredincioșilor) îi aparțin lui Dumnezeu: „Și nu se cade unui credincios sau unei credincioase, dacă Dumnezeu a hotărât un lucru, ca ei să poată alege întru lucrurile lor. Iar cel ce se răzvrătește împotriva lui Dumnezeu și a trimisului Său este în rătăcire răzvrătită” [XXXIII: 36] și aceasta este posibil pentru că momentele vieții fiecărui individ sunt înscrise într-o carte ce se află în permanență la Dumnezeu – „(...)Și nici o muiere nu este înșelătoare și nici nu naște fără știrea Lui, și nici unul din cei ce îmbătrânesc nu îmbătrânește sau nu cade în bătrânețe fără ca aceasta să fie într-o carte. Aceasta este ușor pentru Dumnezeu” [XXXV: 12] și în plus „Nici o întâmplare nu se întâmplă pe pământ și nici la voi înșivă, fără ca aceasta să fie într-o carte, acum înainte de ce au lăsat să se întâmple. Aceasta este ușor pentru Dumnezeu” [LVII: 22] pentru că (...) „Niciodată nu se întâmplă altceva decât ceea ce a scris Dumnezeu pentru noi” [X : 51].

În consecință, în mahomedanism avem de-a face cu un soi de predestinare ce îl urmărește pe individ „din leagăn până în mormânt” și care este foarte diferită de doctrina predestinării de tip protestant. Și aceasta pentru că, față de protestantism, unde omul are toată libertatea acțiunilor sale, însă nu poate ajunge la mântuire prin efort propriu (de-abia în acest moment intervenind alegerea divină), în mahomedanism omul nu este liber în nici unul din momentele vieții sale, tot ceea ce i se întâmplă fiind rezultatul exclusiv al hotărârii divine.

În aceste condiții, în care indivizii nu se percep ca fiind liberi și egali cu toți ceilalți oameni (putând apărea ideea de egalitate între cei ce se declară musulmani, însă aceasta nu este percepută ca o calitate a ființei umane privită la modul generic) înseamnă că *valorile fundamentale ale acestei culturi trebuie să aibă un alt conținut și mai înseamnă, în același timp, că libertatea și egalitatea nu sunt valori*

*umane universale*. Ceea ce ne face să punem sub semnul întrebării posibilitatea ca democrația liberală să poată satisface dorința de recunoaștere a individului uman de oriunde și de oricând.

Din punctul nostru de vedere, Hegel dă o definiție corectă a istoriei ca luptă pentru recunoaștere, însă Fukuyama, mergând pe linia gânditorului german, nu ia în calcul faptul că fiecare dorește să fie recunoscut conform propriei imagini pe care și-o face asupra lui însuși, ceea ce înseamnă că cei pe care încerci să îi obligi să recunoască egalitatea tuturor indivizilor umani, precum și libertatea umană (a cărei nevoie nu o resimt), vor tinde să te acuze că le negi tocmai dreptul de recunoaștere.

În consecință, orice grup ale cărui nevoi, aspirații fundamentale sunt altele decât cele de libertate și egalitate, nu va avea nici un motiv și nici un fel de înclinație în a adopta o formă de guvernământ de tipul democrației liberale, din simplul motiv că aceasta nu le permite materializarea propriei dorințe de recunoaștere.

Fukuyama consideră că „ne aflăm într-un punct în care nu ne putem imagina o lume substanțial diferită de a noastră, în care nu ne putem reprezenta, în nici un fel, un viitor fundamental mai bun decât actuala stare de lucruri și atunci trebuie să luăm în calcul posibilitatea că istoria a ajuns la capăt” [Fukuyama, 2001, p. 61].

Argumentul lui Fukuyama este, din punctul nostru de vedere, destul de inconsistent și aceasta pentru că secolul XX a demonstrat că avem o imaginație destul de limitată – căci dacă nu am fost capabili să ne imaginăm atrocitățile celui de-al doilea război mondial de ce am fi, în mod necesar, capabili să ne imaginăm o formă de guvernare superioară democrației. Și în plus, dacă noi, reprezentanții culturii occidentale, nu ne putem imagina o lume mai bună decât cea în care trăim, nu trebuie să presupunem că reprezentanții unei alte culturi nu pot avea o altă viziune asupra viitorului.

Totuși Fukuyama, preluând o afirmație a lui Kojève (un cunoscut comentator al lui Hegel) avansează posibilitatea ca „într-un viitor previzibil lumea să fie împărțită într-o zonă postistorică (ce cuprinde toate statele ce au instituit democrația liberală) și o alta încă înțepenită în istorie. Lumea postistorică este caracterizată prin pace și cooperare, în timp ce lumea istorică ar fi sfâșiată de conflicte religioase, naționale și ideologice”. Mai mult, regulile și metodele lumii istorice nu se potrivesc existenței în cadrul lumii postistorice, și aceasta pentru că „în lumea postistorică pacea se va naște din însăși natura specifică a legitimității democratice și din capacitatea acesteia de a satisface aspirația umană către recunoaștere” [Fukuyama, 2001, p. 271].

Însă, așa cum am văzut, nu avem nici un motiv să afirmăm că aspirațiile, trăsăturile esențiale ale individului (cele ce se doresc a fi recunoscute de ceilalți) sunt identice în timp și spațiu și de aceea considerăm că trebuie luată în considerare și o variantă, diferită de cea a lui Fukuyama, conform căreia este posibil ca o parte a lumii să nu ajungă niciodată la faza postistorică pe care o trăiește Occidentul astăzi, ceea ce nu exclude posibilitatea apariției unui alt model postistoric, care să răspundă nevoii de recunoaștere a celor ce nu includ libertatea și egalitatea printre aspirațiile lor fundamentale.

## CONCLUZIE

Predicția lui Fukuyama, privind sfârșitul istoriei, se întemeiază pe premisa greșită că indivizii umani formează un tot unitar, căruia îi poate fi asociat un set unic de aspirații fundamentale, aspirații fundamentale ce își găsesc împlinirea în și prin democrația liberală.

Așa cum am văzut, lucrurile nu stau tocmai așa, și aceasta pentru că indivizii aparținând unor culturi diferite se percep pe ei înșiși în mod diferit și, în plus, își interiorizează un set diferit de nevoi și aspirații fundamentale, iar democrația liberală nu are decât capacitatea de a răspunde așteptărilor celor ce pun pe primele locuri în rândul aspirațiilor și nevoilor fundamentale – libertatea și egalitatea umană. Pentru toți ceilalți democrația nu este de nici un folos, iar pentru că nu își doresc libertatea sau egalitatea nu au de ce să o dorească sau să o aleagă.

În consecință, dacă nu putem privi umanitatea ca un tot unitar, căruia să îi atribuim un set unic de aspirații fundamentale, atunci trebuie să acceptăm ideea că nu are cum să existe o unică formă de guvernământ (în viziunea lui Fukuyama este vorba de democrația liberală) care să satisfacă concomitent toate aceste aspirații diferite. Iar dacă suntem de acord că o astfel de formă de guvernământ nu poate exista, trebuie să fim de acord și cu ideea că nu poate exista un sfârșit unic al Istoriei ci, în cel mai bun caz, mai multe finaluri ale Istoriei – fiecare dintre acestea fiind capabil să satisfacă un set de aspirații umane specifice – așa cum democrația liberală le satisface pe cele ale libertății și egalității umane.

## BIBLIOGRAFIE

1. *Biblia*, 1997, București, Editura Institutului Biblic și de Misiune al Bisericii Ortodoxe Române.
2. *Coranul*, 2001, București, Editura Cartier.
3. FUKUYAMA F., 2001, *Sfârșitul istoriei și ultimul om*, București, Editura Paideia.
4. WATTERS M., 1995, *Globalisation*, London and New York, Routledge.

ERZSÉBET NOVAKY, VIORICA RAMBA VARGA, MÁRIA KALAS  
KÖSZEGI (editori), *Futures Studies in the European Ex-Socialist  
Countries*, Budapeșt, 2001\*

Volumul pe care îl prezentăm aduce în atenția celor preocupați de studiile asupra viitorului (și nu numai) cele mai recente contribuții ale unor mari personalități din acest domeniu din țările Europei de Est.

Premisele care au stat la baza elaborării acestui volum au fost următoarele:

- ♦ cercetările asupra viitorului în țările est-europene reprezintă, în opinia editorului român, un „fenomen cultural original”, fenomen ce nu a fost suficient abordat în literatura de specialitate;
- ♦ în cadrul „World Futures Studies Federation” are loc un proces firesc de „schimbare a generațiilor”. Unii dintre cercetători (atât din Estul cât și din Vestul Europei) din perioada anilor '60–'80 nu mai există și este posibil să dispară și memoria cercetărilor asupra viitorului ca fenomen cultural original, a cărui istorie încă nu a fost scrisă;
- ♦ studiile asupra viitorului din perioada 1990–2000 și cele cu privire la anii 2000–2020 prezintă caracteristici diferite față de cele elaborate între anii 1960–1989, caracteristici legate de apariția unor noi probleme la scară mondială;
- ♦ aceste noi probleme reclamă pregătirea imediată a tinerilor specialiști, capabili să utilizeze o metodologie adecvată și să dezvolte o capacitate de cercetare, care să nu fie îngreunată de rațiuni financiare.

În prefața semnată de Eleonora Barbieri Masini, sociolog, profesor la Facultatea de Științe Sociale a Universității Pontificale Gregoriene din Roma, sunt trecute în revistă cele mai importante întâlniri la nivel mondial pe tema cercetării viitorului, încă din primele pagini ale volumului fiind semnalate studiile extrem de importante ale cercetătorilor români și organizarea la București, în septembrie 1972, a celei de-a doua Conferințe Mondiale asupra Cercetării Viitorului. „Bucureștiul a constituit o experiență minunată, cu personalități din grupul român (de cercetări asupra viitorului) ca Mircea Malița, Mihai Botez, Pavel Apostol, Viorica Varga și mulți alții”<sup>1</sup>. Doamna Barbieri Masini adaugă că este extrem de important să ținem cont de contextul istoric al acelor ani și de semnificația acestui moment, afirmându-se în continuare ca un bun cunoscător nu numai al studiilor românești, dar și al evoluției cadrului instituțional în care cercetătorii români s-au remarcat. Sunt amintite astfel contribuțiile Centrului Internațional de Metodologie asupra Studiilor Viitorului și Dezvoltării și ale școlii românești de matematică. Autoarea apreciază în mod deosebit lucrările elaborate de personalități științifice din România.

Tot în prefață sunt prezentate pe scurt evenimentele care au reunit personalități științifice în domeniul studiilor asupra viitorului, ca și contribuțiile țărilor ex-socialiste la aceste cercetări.

În prima parte volumul conține 10 studii elaborate de personalități științifice de renume, studii care, deși diferite ca întindere, fac pe lângă o evaluare a cercetărilor asupra viitorului și o

\* Volumul a apărut sub egida UNESCO și a Centrului pentru Studii Asupra Viitorului de la Universitatea de Științe Economice și Administrație Publică din Budapeșt și World Futures Studies Federation.

<sup>1</sup> *Op. cit.*, p. 11.



„radiografie” a societății actuale. Acestea sunt: *Studii asupra viitorului în Bulgaria*, autor Alexander Tomov din Bulgaria; *Studii asupra viitorului în Republica Cehă*, autor Frantisek Petrsek din Cehia; *Studii asupra viitorului în Estonia*, autor Erik Terk din Estonia; *De la anticipări asupra unui viitor strălucitor la dezintegrare*, autor Karlheinz Steinmüller din Germania; *Studii asupra viitorului în Ungaria*, autor Erzsébet Nováky din Ungaria; *30 de ani de studii asupra viitorului în Polonia – experiențe și concluzii*, autor Andrzej Karpinski din Polonia; *Studii de previziune în România*, autor Mircea Malița din România; *Studii asupra viitorului în Slovacia*, autor Stefan Zajac; *Studii asupra viitorului în URSS (1966–1991) și în Rusia (1991–1999)*, autor Igor Bestuzhev-Lada din Rusia și *Studii asupra viitorului în Iugoslavia*, autor Radmila Nakarada din Iugoslavia. Sunt de remarcat aici capitolele elaborate de Igor Bestuzhev-Lada din Rusia și Andrzej Karpinski din Polonia.

Credem că pentru noi, extrem de important este faptul că ideea de a elabora un chestionar care să sistematizeze întreaga informație, cu privire la studiile asupra viitorului din zona țărilor europene exsocialiste aparține unui om de știință român, și anume Viorica Ramba Varga, cercetător și profesor titular la Universitatea Ecologică din București. De altfel, partea a doua a lucrării (sinteza) a fost elaborată de Domnia sa și reprezintă tocmai strădania de a alcătui o imagine cât mai cuprinzătoare, a studiilor privind viitorul pe baza chestionarului.

Dată fiind originalitatea acestui mod de abordare și a aprecierilor pozitive cu privire la chestionar, a unora dintre autorii reuniți în acest volum, credem că este importantă prezentarea acestuia.

**Întrebarea 1.** Ce institut (institute) din țara dumneavoastră: **a.** au realizat studii asupra viitorului, programe de cercetare în anii 1960–1990; **b.** realizează în prezent (astfel de studii) – numele institutului, orașul etc.

**Întrebarea 2.** Care sunt cele mai importante domenii ale programelor de cercetare a viitorului din țara dumneavoastră: **a.** între 1960–1990; **b.** din 1990 până în prezent. De exemplu domeniul social, educațional, sănătate, economic, cultural, politic, tehnologic, mediu și altele.

**Întrebarea 3.** Vă rugăm să indicați 3–6 studii mai importante privind viitorul domeniilor menționate mai sus: **a.** în țara dumneavoastră; **b.** de interes global – scrise și publicate în țara dumneavoastră, inclusiv bibliografia.

**Întrebarea 4.** Vă rugăm să explicați dacă s-a observat vreo schimbare majoră în perioada de tranziție, cu privire la orientarea viitoare a populației și în domeniul studiilor (activităților) asupra viitorului: **a.** dacă a existat un progres, vă rugăm să numiți domeniile; **b.** dacă interesul și activitățile au înregistrat un regres, vă rugăm să indicați cauzele probabile, cum ar fi lipsa de interes a factorilor de decizie, lipsa unei viziuni globale privind importanța viitoare a diverselor domenii ale activității umane, lipsa de interes a oamenilor în ceea ce privește o perspectivă care depășește un an, altele.

**Întrebarea 5.** După părerea dumneavoastră, studiile asupra viitorului din țara dumneavoastră sunt pe cale să fie „reînsuflețite” în viitorul apropiat și în noul mileniu? În ambele cazuri: *da* sau *nu*, vă rugăm să indicați *de ce*?

**Întrebarea 6.** În opinia noastră, va trebui acordată o atenție specială rolului tinerilor în conturarea unui viitor previzibil. Am dori să știm care este situația tineretului în țările care formează viitorul nostru comun, de aceea ne gândim să punem câteva întrebări care să conducă la o imagine cuprinzătoare a acestei probleme în țările implicate:

**a.** conform experienței dumneavoastră, tinerii de astăzi sunt interesați de viitorul lor: pe termen scurt (1 an), pe termen mediu (5 ani), pe termen lung (10 ani și peste)?

♦ dacă da, numiți domeniile și motivele;

♦ dacă nu, vă rugăm să indicați maximum 5 motive.

**b.** în țara dumneavoastră se predau cursuri asupra viitorului?

♦ dacă da, care sunt nivelurile pentru fiecare domeniu, care sunt institutele și de când se predau aceste cursuri;

♦ dacă nu, vă rugăm să indicați *de ce*? Dacă ele au existat înainte de 1990, vă rugăm să indicați locul și perioada.

**c.** vă rugăm să faceți sugestii, recomandări și adăugiri la întrebările enumerate mai sus.

Răspunsurile primite la acest chestionar i-au permis autoarei din România să evalueze situația concretă din fiecare țară și să compună apoi un tablou cuprinzător și realist, cu privire la studiile

asupra viitorului din această zonă a Europei, ceea ce aduce o contribuție importantă la valoarea lucrării prezentate, ca și epilogul (în loc de concluzii) semnat tot de Viorica Ramba Varga.

Din sinteza realizată pe baza răspunsurilor la chestionar, am dori să ne oprim la câteva aspecte. Primul, o evaluare a studiilor asupra viitorului apărute în fiecare din cele 10 țări. Se observă că în unele cazuri au fost semnalate numai lucrările apărute după 1990, ca urmare a schimbărilor petrecute în structura politică a unora dintre state (de exemplu, Rusia, Slovacia), pentru țări ca Ungaria, Polonia, România numărul lucrărilor apărute înainte și după 1990 fiind relativ echilibrat.

Un alt aspect foarte relevant îl constituie modul în care este percepută în fiecare țară importanța studiilor asupra viitorului, ca și semnificația concretă a viitorului pentru populația fiecărei țări, îndeosebi pentru tineri. De pildă, se apreciază că în Polonia interesul opiniei publice pentru studiile asupra viitorului a scăzut în mod cert după 1989; în Rusia aproape toate activitățile în acest domeniu au dispărut în anii '90, în principal datorită lipsei de dialog dintre specialiști și decidenți; în Slovacia s-a înregistrat de asemenea un declin în ceea ce privește studiile asupra viitorului datorat lipsei de interes a elitei politice, lipsei unei viziuni despre importanța viitoare a diferitelor domenii de activitate, lipsei de interes pentru tot ceea ce depășește mai mult de un an.

De altfel, această ultimă constatare poate fi apreciată ca una dintre concluziile ce se pot desprinde în urma aplicării chestionarului. Așa cum se subliniază în sinteză, „în ultimii 10 ani se observă în mod paradoxal o anumită scădere a interesului pentru cercetarea viitorului, atât la nivel neoficial cât și la cel guvernamental”<sup>2</sup>.

O posibilă explicație, arată autoarea sintezei, se află la intersecția unor fenomene ca: lipsa resurselor materiale și financiare; lipsa interesului manifestat de decidenți; lipsa unei viziuni globale asupra importanței viitoare a diferitelor activități umane; creșterea incertitudinii la scară globală; pierderea interesului public în general pentru o perspectivă care depășește un an, și creșterea celui pentru o perspectivă imediată, palpabilă (*hic et nunc*).

Ieșirea din această stare de lucruri se poate realiza prin reluarea tradiției studiilor asupra viitorului, a căror amploare din perioada 1960–1990 este recunoscută și de necontestat, prin încercarea de a aplica o metodologie modernă la problemele nou apărute și – nu în ultimul rând – de a-i capacita pe tinerii cercetători să se dedice acestor studii.

Simona Rașeev

**HAZEL MAY, *Cine a omorât pe cine? Victimizare și culpabilitate în construcția socială a omorului*, în „British Journal of Sociology”, Vol. 50, nr. 31/1999, p. 489–506**

Articolul publicat în „British Journal of Sociology” vol. 50, nr. 31/1999, sub semnătura lui Hazel May, tratează, după cum sugerează și titlul *Cine a omorât pe cine?*, problematica victimizării și a culpabilității – variabile fundamentale în jurul cărora „gravitează” definițiile sociale acordate violenței interpersonale și comportamentului agresiv. Circumscris abordării de tip fenomenologic, studiul își propune să analizeze modul în care sunt construite social semnificațiile cotidiene asociate crimei.

Reamintim că în opinia teoreticienilor raliți acestei tradiții, statutul de delincvent apare drept „creație” socială, rezultată a procesului arbitrar de etichetare și atribuire de sensuri. În mod consecvent, firul director al prezentei lucrări îl constituie supoziția relativității și echivocității conceptului de criminalitate, autorul demonstrând că o anumită conduită va fi percepută negativ, doar

<sup>2</sup> *Op. cit.*, p. 194.

în contextul articulării criteriilor specifice victimizării și culpabilității. Perspectiva oferită spre analiză este cea a familiilor agresorilor, fapt ce i-a permis lui May să surprindă în final un aspect neexaminat anterior în literatura de specialitate – cel al implicațiilor sociale ale înruderii cu infractorii. Studiul se înscrie astfel pe linia cercetărilor ce au căutat să descifreze universul de semnificații atașate crimei, de diverși actori sociali: familiile victimelor (Rock, 1998); criminalii înșiși (Ray and Simons, 1987), mass-media (Cameron and Frazer, 1987).

În partea introductivă a articolului, sunt schițate principalele elemente teoretice pornind de la definițiile legale date victimizării și culpabilității. Sunt subliniate complexitatea, dar și ambiguitatea conținutului celor două noțiuni, fapt ce de altfel a antrenat numeroase polemici și divergențe în rândul criminologilor și al profesioniștilor sistemului juridic.

Demersul empiric, bazat pe tehnica interviului aprofundat, s-a concretizat într-o primă etapă exploratorie, utilă descrierii circumstanțelor generale comiterii agresiunii și a impactului acesteia asupra vieții rudelor delincvenților. Sunt postulate stigmatizarea, vulnerabilitatea, izolarea, „pierderea” statutului social, drept constante ale experienței probate în comunitate. În continuare, tot în secțiunea rezervată prezentării aspectelor metodologice, sunt relevate criteriile, dar și dificultățile survenite în construcția eșantionului. Deficiența majoră a studiului – imposibilitatea garantării reprezentativității generalizate, este argumentată de autor prin gradul redus de accesibilitate la universul populației supusă investigației, în strânsă corelație cu natura „sensibilă” a tematicii dezbătute. De reținut, în acest sens, faptul că analiza s-a centrat asupra unui subgrup particular, cel al familiilor ai căror membri nu au antecedente penale.

Rezultatele cercetării l-au condus pe autor la teza potrivit căreia, în scopul restabilirii controlului în viața socială și, evident, diminuării intensității stării disonante, familiile elaborează diverse raționamente, scheme explicative fondate pe așa-numitul „vocabular al motivelor” – inferențe socioculturale acceptate și activate situațional privind cauzele evenimentelor, rolurile, scopurile, așteptările actorilor implicați (p. 495). Sunt conturate două pattern-uri interpretative dominante, grefate pe reprezentările asupra vulnerabilității și responsabilității cuplului victimă-agresor și care surprind, în fond, complementaritatea raporturilor dintre victimizare și culpabilitate:

**1. Omuciderea (*accounts of manslaughter*):** are la bază ideea minimizării semnificației legale atribuite crimei, prin estomparea distincției morale dintre responsabilitatea subiecților; autorul se oprește asupra a două variante:

- scuza (*excuse explanations*): oglindită în acele „scenarii” care urmăresc reducerea culpabilității delincventului prin invocarea bolii psihice sau a caracterului accidental, involuntar al crimei. Conceptul de „demitere de responsabilitate” devine central în evaluarea conduitei infractorului, interviueții susținând și demonstrând că violența nu a fost planificată iar rezultatul nedorit, autorul ei acționând fie din constrângere, fie în stare de inconștiență. Se încearcă, de fapt, „slăbirea asocierii dintre individ și consecințele indezirabile ale actului său ... descriind comportamentul ca fiind necontrolat și inconsecvent” (p. 496).
- justificarea (*justificatory explanations*): regăsită în acele strategii interpretative ce își propun „să modifice percepția auditorului asupra evenimentului ... apelând un set alternativ de reguli care pot transforma actul” (p. 497). Violența este explicată, așadar, în termenii contextului producerii, cel specific constituindu-l „provocarea” – victima apare catalogată ca având o contribuție esențială în geneza și dinamica situației conflictuale. Accesând drept principale mecanisme „blamarea” și „discreditarea” se urmărește „diminuarea” statutului victimei și, prin aceasta, diminuarea culpabilității delincventului.

De un interes aparte este, în acest context, dezbaterea pe care autorul o dedică „identității de sex” ca factor ce mediază și structurează reflecțiile asupra conduitei negative. Se arată că transgresiunea prescripțiilor care ghidează comportamentul optimal e percepută a produce amenințare la adresa heteronormativității, determinând pedepsirea în forma hărțuirii, abuzului verbal sau agresiunii. În consecință, susține May, răspunsul violent apare social justificat, pe considerentul legitimei apărări sau al necesității. Dorind să localizeze infractorii în poziții victimizate, subiecții interviueți invocă, în mod conjugat, „injustiția”, corespunzător reprezentării sistemului juridic ca

arbitrar, imprevizibil, dependent de „capriciile” și *bias*-urile pionilor implicați în elaborarea verdictului – jurații, judecătorul, avocații.

**2. Crima** (*accounts of murder*): în opoziție cu pattern-ul precedent, acesta se focalizează exclusiv asupra rezultatului violenței – decesul, reținând acele interpretări care, deși făcute în termenii absolutei victimizării și culpabilități, resping stereotipul reducionista al criminalului – simbol al „răului”. Explicarea acțiunii este subsumată principiului „administrării vinovăției” (*blame management*), care se bazează pe două presupuneri: **a.** violența este legată de experiențele de viață și **b.** familia este parte integrantă a acestor experiențe.

Subliniind rolul comunicării și interacțiunii intrafamiliale, autorul avansează ipoteza conform căreia agresorii sunt acei indivizi care nu au competența socială și emoțională, necesară confruntării diverselor situații de viață. Se sugerează astfel că doar persoanele cu un nivel scăzut al stimei de sine vor avea un nivel scăzut al respectului față de alții, fapt ce concură la decizia de a acționa violent (p. 501).

În concluzie, menționăm că studiul are o valoare incontestabilă, ce rezidă în noutatea absolută a subiectului abordat. De aceea, în pofida tuturor obstacolelor și limitelor de ordin metodologic, lucrarea lui Hazel May merită apreciere, cel puțin pentru „deschiderile” conceptuale pe care le oferă viitoarelor cercetări.

Cristina Dâmboeanu  
Asistent stagiar de cercetare  
Institutul de Sociologie „Dimitrie Gusti”

Prof. univ. dr. DINU MARIN, *Economia României. Întreprinderile mici și mijlocii. Cu ce ne integrăm?*, București, Editura Economică, 2002

Doctor în economie, profesor universitar la Academia de Studii Economice din București, secretar general al Asociației Generale a Economistilor din România, editor și publicist, Dinu Marin are preocupări semnificative în domeniul economiei României, dovadă fiind numeroasele lucrări publicate pe această temă: *Performanțele dezvoltării. Semnificațiile binomului știință – economie* (1987), *Criza reformei. Eu sunt român?* (1999), *Economie contemporană. Ce este tranziția?* (2000), *Economie contemporană. Ce este globalizarea?* (2000), *Economia României. Limite manageriale* (2000), *Economia României. 1999–2000. Compendiu* (2001), *Economia României. Sistemul de companii. Diagnostic structural* (2001).

Ideea elaborării lucrării sale *Economia României. Întreprinderile mici și mijlocii. Cu ce ne integrăm?*, recent apărută la Editura Economică, este urmarea convingerii autorului că dezvoltarea durabilă a României se bazează pe consolidarea unei numeroase clase de mijloc, una din condițiile pentru atingerea acestui scop fiind constituirea unui sistem de întreprinderi mici și mijlocii, considerat astăzi un adevărat „motor al dezvoltării”. Abordarea acestei problematice este prioritară pentru autor și datorită faptului că, în cei 12 ani de tranziție, în România nu a fost elaborată și aplicată nici o strategie guvernamentală privind dezvoltarea acestui sector, în plus, în anul 2000, înregistrându-se pentru prima oară o scădere a numărului de IMM active.

Încă din titlu, autorul își trădează intenția de a centra analiza pe cazul României, pentru a extinde apoi studiul comparativ la nivelul Uniunii Europene, în scopul identificării pe această bază a principalelor direcții ale unei posibile strategii operaționale, care să poată fi aplicată în funcție de diferențele regionale ale țării noastre. Lucrarea este structurată pe 6 capitole, însoțite de numeroase anexe care susțin cu date statistice ideile expuse în volum.

Primul capitol aduce în discuție rolul IMM în economia Uniunii Europene, în evaluarea acestui rol avându-se în vedere trei indicatori: numărul de întreprinderi (pentru dezvoltarea organizațională și a competiției), numărul de salariați (pentru șomaj) și cifra de afaceri (pentru modul de alocare a resurselor). Accentul se pune, pe de o parte, pe conceptul de densitate a IMM (număr de IMM active/1000 locuitori), considerat indicatorul care creează diferențierea între țările Uniunii Europene, și, pe de altă parte, pe particularitățile de dezvoltare sectorială și pe performanțele economice ale acestor întreprinderi, dintre care microîntreprinderile au ponderea dominantă, atât ca număr, cât și din punct de vedere al creării locurilor de muncă. Pe ansamblul Uniunii Europene, IMM reprezintă 99,8% din numărul întreprinderilor, acoperă 66,3% din numărul de salariați și 54,2% din cifra de afaceri.

Problema IMM în țara noastră este abordată prin intermediul densității acestora, în perioada 1993–2000, pe principalele sectoare ale economiei (valoare care a crescut pe ansamblu de la 9,42% în 1993 la 13,64% în anul 2000, după 2000 consemnându-se o rată negativă de creștere). Alegerea acestui indicator de către autor nu este întâmplătoare, el oferind informații esențiale, pe de o parte, despre eficiența politicilor guvernamentale, de încurajare și de asistență a IMM, iar pe de altă parte, despre tendințele sectoriale și regionale care se manifestă în acest domeniu; în plus, evoluția densității IMM ajută la analiza unor aspecte importante, legate de durabilitatea creșterii produsului intern brut.

Caracteristic României este faptul că avem de-a face cu o dezvoltare naturală a IMM, în contextul unui mediu de afaceri fără reguli consolidate, care nu are stabilitatea minimă necesară asigurării succesului pe termen mediu și lung al întreprinzătorilor privați, în opinia autorului barierele birocratice existente la înființarea societăților comerciale, dese modificări ale politicilor fiscale și ale facilităților acordate, predictibilitatea scăzută a mediului extern fiind principalele cauze ale constituirii mediului de afaceri ca punct critic al economiei românești.

După anul 2000, au fost atinse limitele de moment ale înclinației antreprenoriale a populației, pe fondul constrângerilor administrative derivate din strategii inadecvate. Autorul prezintă ponderile numărului de întreprinderi, ale cifrei de afaceri și ale numărului de salariați din total în anul 2000, pe principalele sectoare ale economiei, trecând apoi la analiza principalelor performanțe economice ale IMM. În acest context, în ceea ce privește profitabilitatea generală, concluzia ar fi că, în România, IMM reprezintă nucleul relativ performant din ansamblul companiilor, de aici rezultând nu doar urgența restructurării companiilor mari, ci și necesitatea susținerii sectorului care, natural, s-a dovedit cel mai productiv („Global, întreprinderile mici și mijlocii câștigă, iar cele mari pierd!”).

Microîntreprinderile reprezintă, numeric vorbind, 88–92% din IMM din România, mica afacere constituind elementul de bază al dezvoltării acestui sector și una din condițiile necesare – alături de creșterea numărului IMM din domeniul serviciilor – asigurării unei creșteri durabile a economiei. Totuși, scăderea continuă a numărului de întreprinderi în perioada 1998–2000 a avut loc exclusiv pe seama microîntreprinderilor pentru că, în aceeași perioadă, numărul IMM a crescut în mod constant, explicația autorului fiind aceea că microîntreprinderile sunt mult mai vulnerabile, mai ales în cazul în care acționează pe piețe slab structurate. Concluzia ar fi aceea că, pentru creșterea semnificativă a densității IMM, este necesar ca numărul noilor microîntreprinderi intrate pe piață să depășească semnificativ numărul celor ieșite de pe piață, așa cum, demografic, pentru creșterea numărului populației este necesar ca rata natalității s-o depășească pe cea a mortalității.

Ca un element statistic important, în anul 2000, IMM acopereau 39,5% din totalul valorii adăugate a întreprinderilor (aportul IMM la formarea produsului intern brut este dat de valoarea adăugată creată de aceste întreprinderi). În contrast, ratele investițiilor IMM sunt net inferioare în toate sectoarele economiei, în raport cu cele ale întreprinderilor mari, cauzele fiind accesul dificil la sursele de finanțare, absența unei asistențe coerente din partea instituțiilor financiar-bancare, obstacole în calea procesului de inovare tehnologică a IMM.

Trecând la capitolul trei, în cadrul unei ample analize comparative între situația IMM din România și cea din țările Uniunii Europene, autorul semnalează principalele diferențe structurale și puncte de convergență din perspectiva cerințelor integrării României în Uniunea Europeană. Direcțiile de analiză vizate sunt: densitatea IMM (cu o densitate de 13,64 IMM/1000 locuitori în anul 2000, România se situează la numai două treimi din valoarea Irlandei, țara cu cea mai redusă densitate a IMM din Uniunea Europeană în anul 1996); specializările sectoriale (România se află printre țările cu

o pondere ridicată a IMM din industrie, energie, comerț, hoteluri și restaurante, dar ocupă ultimele poziții în construcții, transport și telecomunicații și în activitățile financiare); dimensiunile întreprinderilor – număr mediu de salariați / întreprindere (dimensiunea medie a IMM în România este cea mai mare); principalele performanțe economice (România se află pe ultimul loc, situație care este rezultatul direct al mediului de afaceri, caracterizat prin rata înaltă a dobânzilor, urmare a inflației și prin blocajul financiar, care a ajuns să reprezinte circa 40% din produsul intern brut).

Capitolul patru dezvoltă analiza într-un sector încă deficitar în economia României, sectorul serviciilor, cel mai puțin reprezentat de IMM, fiind necesară ieșirea economiei românești din faza industrialismului și trecerea la expansiunea serviciilor, conform tendinței globale; aceasta în condițiile în care în Uniunea Europeană în ultimele patru decenii sectorul serviciilor s-a dovedit cel mai dinamic, caracterizându-se astăzi printr-o pondere majoritară atât a valorii adăugate în produsul intern brut, cât și a populației ocupate în activitățile din acest sector din totalul populației. Autorul recurge la analiza structurală a numărului de salariați, a cifrei de afaceri și a numărului de întreprinderi pe grupe de activități din sectorul de servicii din țara noastră (comerț, hoteluri și restaurante, transport și telecomunicații, servicii prestate întreprinderilor, alte servicii), atenția îndreptându-se în mod special asupra specializării regionale în cadrul celor 8 regiuni de dezvoltare existente: nord-est, sud-est, sud, sud-vest, vest, nord-vest, centru, București. Sunt discutate apoi perspectivele, privind recuperarea decalajului pe care România îl are din punct de vedere al ponderii serviciilor în produsul intern brut, dezirabilă fiind dezvoltarea IMM din activitățile cu aport mare de valoare adăugată pe salariat.

Următorul capitol prezintă principalele politici de dezvoltare în domeniul IMM, rezultate din experiențe internaționale, fiind menționate elementele strategiilor de dezvoltare elaborate de experți organizațiilor mondiale: mobilizarea resurselor antreprenoriale, asistarea întreprinderilor mici și mijlocii, accesul la serviciile de sprijinire a întreprinderilor, accesul la finanțare. O importanță deosebită este acordată rolului statului în dezvoltarea IMM, prin realizarea cadrului de reglementare și a structurilor de încurajare, prin punerea în valoare a resurselor umane, prin întărirea instituțiilor și a aportului instituțional în promovarea spiritului antreprenorial și prin dezvoltarea sectorului informațional în slujba IMM. O altă direcție de acțiune, în politica vizând IMM, se referă la dezvoltarea exporturilor, prin deschiderea externă a IMM, direcție ce are la bază diverse forme de cooperare între întreprinderi. IMM se pot grupa în cadrul parcurilor industriale, în zone economice speciale, în zonele industriale libere, beneficiind astfel de condiții mai bune de competitivitate pe piețele externe, ele fiind avantajate de faptul că sunt mai suple, mai adaptabile, dar sunt afectate deseori de lipsa de fonduri, insuficiență ce poate fi estompată prin alianțe cu alte societăți.

O notă de originalitate a lucrării o constituie analiza multicriterială a IMM din România, realizată din perspectivă dinamică și statică, concretizată într-o analiză comparativă la nivel regional, ceea ce-i permite, în final, autorului să traseze principalele direcții ale unei strategii de dezvoltare a IMM, dar și să identifice priorități de acțiune în profil teritorial, în vederea sprijinirii zonelor defavorizate (trei regiuni sunt net defavorizate: nord-est, sud și sud-vest, marile diferențe regionale ale valorilor densității IMM fiind explicate de autor prin absența unei strategii naționale consistente, referitoare la dezvoltarea acestui sector, ceea ce a condus la adâncirea diferențelor regionale, astfel încât „cei săraci devin mai săraci, iar cei bogați devin mai bogați”). Se insistă asupra influenței pe care o au gradul de urbanizare și nivelul educației asupra ritmului de creștere a densității IMM, identificându-se decalajele care există la nivel regional între valorile acestora (densitate urbană și rurală). Concret, autorul propune, în cadrul unei strategii de dezvoltare a IMM, două programe: „Programul de stimulare a creării de noi întreprinderi”, centrat pe ideea dezvoltării culturii antreprenoriale în România, și „Programul de îmbunătățire a performanțelor economice ale IMM existente”, care presupune un parteneriat cu statul în sensul selectării celor mai bune practici dintre politicile posibile sau aplicate (prezentate în capitolul 4), la care să se adauge o rețea de centre de asistență managerială. Condiția necesară pentru succesul pe termen lung al celor două programe o reprezintă reforma sistemului educațional și de cercetare din România, însoțită de creșterea resurselor financiare destinate sectoarelor de formare a resurselor umane.

Concluzia autorului este că se resimte acut nevoia existenței unei strategii naționale coerente în acest domeniu, cea adoptată în anul 2000 fiind mult prea generală (cu un caracter excesiv descriptiv și

mai puțin aplicativ) și vizând aproape în exclusivitate dimensiunea macroeconomică, fără să se orienteze spre microdinamizare economică. IMM sunt de o importanță crucială pentru economia unei țări, ele constituind atât o sursă a creșterii economice durabile, cât și principalele promotoare ale inovației și ale creării de noi locuri de muncă, precum și ale integrării europene sociale și locale. Susținând această idee, lucrarea se încheie cu certitudinea autorului că „viitorul are o dimensiune de consolidat în întreprinderile mici și mijlocii. Prosperitatea românilor depinde, până la urmă, de efortul lor și de modul în care știu să amplifice acest efort cu sprijin din afară” (p. 275).

Cristina Leovaridis și Andreea Nicolaescu

GHEORGHE DIVRICIAN, *Turismologia. Teoria și practica  
turismului ca fenomen psiho-socio-cultural*  
(Teză de doctorat, decembrie 2000)

În prezent, în sfera de studiu și cercetare în domeniul turismului pot fi identificate mai multe direcții: istoria turismului, economia și organizarea turismului, marketingul în turism, psihosociologia și sociologia turismului, geografia turismului, arhitectura și ambientul turistic etc. Însă, toate acestea nu au o bază teoretică unitară, o epistemologie generală a turismului, fiecare abordând fenomenul în mod unilateral, mai mult sau mai puțin empiric, vizând anumite finalități, proprii unghiului respectiv de vedere. Ca urmare, cu toate eforturile depuse, studiile și cercetările realizate au finalități limitate și unilaterale, uneori nesemnificative sau contradictorii și chiar cu unele consecințe negative asupra fenomenului turistic în general.

Ca urmare, elaborarea unei teorii generale, atotcuprinzătoare a turismului ca fenomen socio-economic complex, care să elimine aceste carențe, apare ca o necesitate stringentă. Ideea unei astfel de științe plutește în aer de mai multă vreme, constituind subiectul unor discuții colocviale în cercurile de specialitate, inclusiv în cadrul celui de-al 26-lea Congres al Experților Științifici în Turism (Atena 1976). Cu acel prilej, a fost recunoscută Turismologia ca posibilă viitoare știință autonomă a turismului. Nimeni însă, dintre acei participanți la congres, nici atunci, și nici altcineva după aceea, nu s-a încumetat să dea curs acestei idei. Iată însă că ideea a germinat, chiar înaintea congresului amintit, și în mintea unui avizat cercetător român, sociologul Gheorghe Divrician care, în anul 1974, se înscrie la doctorat (Universitatea București) cu o teză surprinzătoare, având ca titlu *Turismologia* și subtitlul *Teoria și practica turismului ca fenomen psiho-socio-cultural*. După îndelungate cercetări bibliografice și studii de teren, timp de peste 20 de ani, temerarul doctorand și-a susținut teza (decembrie 2000) în prezența unei prestigioase comisii (constituită din profesori universitari–doctori în sociologie și științe economice), în fața căreia s-a bucurat de un real succes, teza domniei sale fiind considerată o lucrare originală, de o valoare științifică, teoretică și practică, incontestabilă.

Doctorandul (primind deja confirmarea titlului de doctor) și-a conceput teza ca pe un viitor tratat de turismologie, punând în lumină câteva principii teoretice și practice fondatoare, generale, de natură să explice turismul ca fenomen socio-economic unitar. Pentru atingerea acestui complex obiectiv, lucrarea este concepută și dezvoltată pe două coordonate: **secțiunea I-a: Teoria și practica turismului ca fenomen socio-uman**, adresându-se, în egală măsură, specialiștilor (cercetători, personal didactic universitar, studenți, sociologi, economiști etc.) și publicului practicant (amator) de turism; **secțiunea a II-a: Teoria și practica turismului ca fenomen economic, cu adresabilitate specialiștilor și agenților economici, prestatori de servicii turistice**. Autorul are în vedere și o a III-a secțiune, care să includă unele discipline științifice, adiacente turismului, ca: istoria factologică a turismului, geografia mediului turistic (natural, antropoc și economic), arhitectura habitatului turistic și a mediului ambiental, turismologia (instrucția și educația turistică) etc.

Prima secțiune este concepută și realizată sub forma unui compendiu, urmând a fi dezvoltată și întregită o dată cu elaborarea celei de-a II-a secțiuni, pentru care autorul așteaptă oferta specialiștilor în economia turismului, și a altor categorii de specialiști pentru secțiunea a III-a. Deși autorul își declină competența în domeniul economic, totuși nu se abține să nu polemizeze cu unii autori economiști, promotori ai unei concepții pernicioase, economicist-consumistă, în special sub forma unui consum material de lux, hedonist-senzorial, în detrimentul unui turism axat pe virtuțile culturale, sanogene, socio-umane, în general, și în același timp, accesibil tuturor categoriilor de populație.

Făcându-se purtătorul de cuvânt al turismului de masă, bazat pe satisfacerea autenticelor motivații turistice, autorul menționează, chiar de la început (în prefață, intitulată *Argument*), că teza domniei sale se vrea a fi o **pledoarie** pentru promovarea unui turism autentic, bazat pe cunoașterea și satisfacerea motivațiilor turistice reale ale populației, pe valorificarea maximă a funcțiilor socio-culturale ale călătoriilor și sejururilor turistice și, în același timp, un argument pentru o știință autonomă a turismului, fundamentată din perspectivă socială și economică pe o nouă filosofie a turismului.

În abordarea acestui domeniu, atât de vast și complex, dar și cu numeroase și imprevizibile capcane teoretice, pentru evitarea unor astfel de divagații sau a unor amănunte ne semnificative, autorul intră direct în subiect, pornind de la comentarea și definirea conceptului-cheie, acela de turism, pe care-l înscrie în sfera, mai largă, a conceptului de *luazir*\* (definit de J. Dumazedier), cunoscut și acceptat în unanimitate de către sociologi cu semnificația de „comportament de interes **liber**” versus „comportament de **necesitate**”. Autorul consideră practica turistică (călătoriile și sejururile extrarezidențiale) formă specifică de manifestare a comportamentului uman de timp liber – comportament dezinteresat de finalități lucrative și în afara oricăror forme de constrângere, exterioare sau interioare, cu excepția motivațiilor turistice.

Autorul evidențiază câteva sensuri ale conceptului de turism (etimologic, socio-cultural și economic), în funcție de care formulează tot atâtea definiții, în sens restrâns, printre care și una în sens larg, funcțională, conform căreia „*turismul este un fenomen socio-economic, constând în activități de luazir pe parcursul deplasărilor sau/și sejururilor extrarezidențiale, temporare, precum și activitatea agenților economici care promovează și susțin logistic acest tip de activități*”. După o atentă analiză a conținutului conceptului de turism în sens restrâns (regăsit în literatura de specialitate a unor experți), prin această din urmă definiție se prezintă caracterul complex al fenomenului respectiv, în sens socio-economic, îmbogățind domeniul cu o nouă și mai cuprinzătoare definiție a acestuia. În noul concept de turism se include în mod explicit **socialul**, adică actul turistic, ca activitate umană, liberă, subiectivă, nonlucrativă, și **economicul**, ca activitate lucrativă a agenților comerciali, prestatori de servicii turistice (transport, cazare, alimentație, tratament, agrement etc.), activitate prestată în favoarea actului turistic, deși aceste servicii nu constituie întotdeauna o condiție a desfășurării actului respectiv.

Urmând calea deductivă, o dată definit conceptul de turism, autorul trece la construirea și definirea conceptului de turismologie, ca știință generală a fenomenului turistic, cu toate implicațiile sale sociale și economice. Deși cele două componente – socialul și economicul – sunt considerate ca fiind indisolubile din punct de vedere teoretic și practic, îndeosebi în cadrul turismului instituționalizat, invocând considerente de ordin metodologic, autorul le tratează ca două fenomene distincte, relativ autonome. Precizând însă că fiecare componentă implică metode și tehnici proprii, specifice, de studiere și cercetare, în speță sociale, respectiv economice. Componenta socială se înscrie în sfera științelor psihosociale, constituind obiectul primei secțiuni a turismologiei, iar componenta economică (având ca obiect de studiu și cercetare fenomenele respective, implicate în practica turismului instituționalizat), se înscrie în sfera științelor economice, constituind cea de-a II-a secțiune a turismologiei. Această dihotomie metodologică, precizează doctorandul, nu exclude

\* Autorul folosește și propune preluarea noțiunii de *loisir* (de origine franceză) în spiritul normelor ortografiei și ortoepiei limbii române, așa cum este preluată și de alte limbi, ex. *leisur*, în limba engleză.



posibilitatea și necesitatea abordării turismului ca fenomen socio-economic unitar, din perspectiva unei concepții generale, integratoare, a unei filosofii proprii, **turismologice**.

Limitându-se la componenta socială, autorul definește **turismologia**, din perspectiva psihosociologică, ca fiind „**știința care studiază și cercetează fenomenele și procesele psihice și sociale, individuale și colective, implicate sau degajate în/din practicarea turismului ca activitate de luazir**”. Ca știință socio-umană, pluridisciplinară, cu finalitate teoretică și aplicativă, turismologia este utilă atât categoriilor socio-profesionale care activează (teoretic și practic), cât și populației în general, fiind definită ca „**arta și știința de a fi turist**”. Prin aceste definiții și comentarii pe marginea lor, autorul aduce o contribuție remarcabilă în domeniul cunoașterii dimensiunilor mai puțin cercetate ale turismului.

Un capitol deosebit, „forte”, al lucrării analizate îl reprezintă *motivațiile turistice*, a căror cunoaștere prezintă o importanță teoretică și operațională capitală, în special din partea prestatorilor de servicii turistice, în vederea constituirii unor grupuri de turiști omogene din punct de vedere motivațional, cât și pentru adecvarea programelor și a serviciilor, calitativ și cantitativ, la exigențele și comportamentele diferitelor categorii de turiști, condiții care sunt de natură să conducă, în fond, atât la **eficiența turistică** a deplasării (satisfacerea deplină a așteptărilor și a motivațiilor turiștilor), cât și la **eficiența economică** (motivațiile prestatorilor de servicii), deci la nivelul aspirațiilor celor doi parteneri implicați în acțiune: turiști și prestatorii de servicii turistice.

Identificarea, clasificările și definirile tuturor tipurilor de motivații de călătorie sunt o reală contribuție teoretico-aplicativă a doctorandului Gheorghe Divrician la îmbogățirea literaturii de specialitate. În studiul acestor motivații, cu aceeași acribie și metodă enciclopedică, autorul extinde aria maslowiană, identificându-i reperele și dimensiunile, introducând noi concepte cum ar fi: **cunoașterea transorizontică, disonanța cognitivă, sindromul naturii, complexul matricial** s.a. (mobiluri motivaționale înnăscute și dobândite, diacrone și sincrone). Un alt element de noutate în analiza **motivațiilor** turistice îl constituie determinarea și definirea acestora ca: **turistice, paraturistice și extraturistice**, ceea ce duce la generalizări importante și contribuții personale notabile la edificiul teoretic al turismului prin „turismologie”.

În relație cu motivațiile turistice, autorul analizează **starea turistică de spirit** (alt concept nou pentru literatura de specialitate), definită ca stare de bine, confort psihic, trăiri pozitive cu suport spiritual – rezultat al unor conexiuni psihice, afective și intelectuale. La persoanele cu vocație turistică, această stare este prezentă ca fond apercceptiv-cognitiv și emoțional – premegător actului turistic și re trăită posterior acestuia, multă vreme, ca o plăcută nostalgie. Pentru analiști, starea turistică de spirit reprezintă un **indicator** calitativ, deosebit de important, de evaluare a eficienței turistice.

Dezvoltând dimensiunea psihosocială a fenomenului, autorul leagă determinarea practicării turismului de factorii dinamogeni instinctivi (antropogenetici) dobândiți filogenetic, alături de cei subiectivi, conștientizați și face conexiuni și analize concludente, pornind de la instinctul migrator, cel al curiozității cognitive, simțul estetic, și terminând cu motivațiile turistice caracteristice epocii contemporane.

Analiza evoluției recognoscibile a acestor factori, în contextul dezvoltării continue și discontinue a culturii și civilizației umane, autorul identifică tot atâtea stadii istorice socio-culturale ale turismului: clasic, în sens greco-roman, renașcentist, iluminist, romantic și modern, ceea ce constituie o notă meritorie a demersului științific, cu **suport fenomenologic**, oferind noi perspective de cercetare istorică și sociologică a turismului.

Pornind de la conceptul de luazir, autorul aprofundează, sub raport existențial-uman, comportamentul turistic și formele sale de manifestare în timpul liber, timp în care omul se desăvârșește pe sine și analizează acest comportament și în lumina „eticii nicomahice” a lui Aristotel. Trăirile de care se ocupă autorul în mod deosebit devin retrăiri emoționale, estetice reverberante. Viziunea sa vine și în completarea prognozelor lui M. Didier pe această temă, necesitând „recalificări periodice” ale oamenilor pentru a gusta bucuriile călătoriei, pentru utilizarea și valorificarea la parametri superiori a timpului liber.

Continuând analiza laturii socio-umane a turismului, autorul se ocupă de cunoașterea structurii și comportamentului populației turistice, a macro și microgrupului turistic, mergând până la

depistarea unor **factori perturbatori** ai fenomenului, în interiorul acestor entități sociale. După opinia noastră, această descoperire deschide un nou domeniu de cercetare a grupului, alcătuit ad-hoc și mai ales a grupului turistic calificat (alcătuit după criterii de omogenitate culturală și motivațională), în care n-ar trebui să aibă loc pseudo-turiștii, cum îi denumeste autorul.

Un amplu capitol, care de asemenea îmbogățește literatura de specialitate, îl reprezintă *Morfologia deplasării turistice*, în interiorul căruia autorul analizează formele particulare ale acestui tip de deplasare – plimbarea, excursia, drumeția, călătoria itinerantă, vilegiatura, pelerinajul ș.a. – parcurgând spații vaste în spiritualitatea oamenilor, în mentalități și tipologii turistice-comportamentale, ajungând la nevoia de inițiere, de instruire pentru descifrarea unui **cod emoțional al călătoriei**, pe fondul unei culturi care să susțină recognoscibilitatea valorilor cuprinse în actul turistic.

În sprijinul valorificării socio-culturale a actului turistic, vine capitolul *Eficiența în turism*, în care autorul are o contribuție doctorală (în adevăratul sens al acestui cuvânt): profundă și originală, la îmbogățirea literaturii de specialitate, introducând concepte absolut inedite, ca **eficiența turistică** și **eficiența socială** (publică), alături de **eficiența economică**, pe care însă o analizează la modul critic, din perspectiva turismologică, dându-i o cu totul altă interpretare decât economiștii.

După ce definește eficiența turistică, drept nivel de satisfacere a motivațiilor turistice, doctorandul prezintă detaliat și convingător factorii cu impact pozitiv și negativ asupra creșterii, respectiv diminuării sau anulării acestei eficiențe. Aceeași analiză o face și cu privire la eficiența socială, pe care o definește ca rezultat conjugat al efectelor pozitive (economice, sociale, culturale ș.a.) ale turismului asupra populației rezidențiale – la nivel local, regional, național și global – deci, asupra populației în general, turistică și neturistică. În acest context, autorul procedează la o analiză critică, demolatoare, a așa-zisei „eficiențe sociale” așa cum este definită și prezentată în literatura economică de profil, prezentare pe care domnia sa o consideră nu numai superficială și confuză, ci ca fiind și un model de retorică populistă, demagogică a autorilor respectivi – critică cu care noi suntem numai parțial de acord, considerând că ar fi productivă o dezbatere colocvială pe această temă.

În ceea ce privește eficiența economică, de care, conform autorului, beneficiază în exclusivitate agenții comerciali și statul – primii sub forma profitului net raportat la total cheltuieli, iar statul sub formă de impozite și taxe – ar avea ca unică sursă valorică cheltuielile turiștilor făcute pe seama consumului de bunuri și servicii. Plecând de la faptul că, în cadrul turismului instituționalizat, actul turistic se realizează ca o relație de parteneriat între agentul comercial și turist, constând în susținerea financiară în mod solidar a actului respectiv de către ambii parteneri, autorul consideră că ar fi firesc ca aceeași solidaritate să se manifeste și în ceea ce privește realizarea, în egală măsură, atât a eficienței economice, cât și a celei turistice. În realitate, autorul consideră că este asigurată, totdeauna, eficiența economică, dar nu și cea turistică, deoarece pe cvasitotalitatea agenților comerciali nu-i preocupă în mod special cunoașterea și satisfacerea motivațiilor turistice autentice – cu alte cuvinte, eficiența turistică. Or, teoretic și practic, conform principiului reciprocității și loialității partenerilor într-o afacere – respectiv, actul turistic – agentului comercial îi revine obligația juridică și morală să asigure, în egală măsură, și eficiența turistică, precum la rândul său turistul este îndreptățit, de asemenea, juridic și moral să pretindă agentului comercial și statului satisfacții materiale și spirituale la nivelul așteptărilor și a contribuției sale financiare la realizarea actului turistic.

Cât privește căile de asigurare și maximizare a eficienței economice, la care recurg majoritatea agenților comerciali, doctorandul identifică, printre altele, două predominante, considerate ca fiind neeconomice și pernicioase pentru prezentul și viitorul turismului românesc. Prima constă în exploatarea extensivă și intensivă (la limita capacității maxime) a spațiilor de cazare și alimentație în week-end, în sezoanele de vârf turistic și cu ocazia marilor sărbători și a unor festivaluri culturale sau evenimente sportive de amploare, ceea ce conduce nu numai la diminuarea calității serviciilor, ci și la accentuarea degradării bazei materiale existente, uzată deja moral și fizic. A doua cale constă în practicarea unor prețuri și tarife la produsele și serviciile turistice, exagerat de mari, nejustificate economic în raport cu costurile reale ale acestora. Domnia sa considera că – dacă eficiența economică se va baza în continuare doar pe aceste căi – practicarea unor tarife prohibitive pentru turismul de masă intern și necompetitive pentru turismul internațional; pe exploatarea bazei materiale existente (moștenită de la regimurile precedente) fără promovarea urgentă a unor investiții semnificative, autohtone și străine, în vederea reabilitării acestora și a creării altora moderne – apare riscul iminent

ca, în următorii 3-4 ani, turismul românesc să nu mai existe, devenind o tristă nostalgie a turismului de altă dată (al anilor '60 – '80), când acesta atinsese apogeul de dezvoltare și popularitate atât pentru români, cât și pentru străini – ipoteză pe care, în condițiile date, o împărtășim și noi.

În ultimul și consistentul capitol al tezei de doctorat, *Pledoarie pentru dezvoltarea durabilă și susținută a turismului în România*, domnul Gheorghe Divrician aduce o bogată argumentație științifică pentru trecerea de la „retorica populistă” la realism, prin susținerea situării turismului ca ramură prioritară a economiei naționale, capabilă să valorifice importante resurse de care țara noastră dispune și, totodată, să dinamizeze și alte ramuri cu care cooperează la satisfacerea nevoilor milioane de oameni care se deplasează în scopuri turistice.

În acest capitol, pe baza demersului teoretic din celelalte capitole, se propune un scenariu de dezvoltare echilibrată a turismului în România:

- îmbinarea dezvoltării armonioase, optimale a **turismului național** (intern) cu cel **internațional**;
- alocarea unei părți din impozitele și taxele prelevate din **turismul de lux**, în sprijinul dezvoltării **turismului de masă**;
- implicarea statului, a organizațiilor guvernamentale și neguvernamentale în susținerea financiară a **turismului social**, a **turismului pentru tineret, cultural, educativ**, în special a **turismului pentru vârstnici**, nu atât ca un gest de binefacere, filantropic, ci ca un act de justiție, de răsplată pentru cei care, direct sau indirect, au contribuit la crearea bazei tehnico-materiale actuale a turismului modern din România;
- asigurarea unui **cadru legislativ stimulator** pentru dezvoltarea proporțional-opțională a turismului promovat de agenți specializați și ai celui pe cont propriu;
- promovarea prioritară (de către agenții comerciali) a turismului cultural, prin valorificarea bogatului potențial cultural-istoric al țării;
- preocuparea în mare măsură, din partea ministerelor sănătății și turismului, a agenților comerciali pentru dezvoltarea turismului **balneo-climatic medical**, având în vedere numeroșii factori naturali de cură de care beneficiază țara noastră, cât și rolul pronunțat social al acestei forme de turism pentru conservarea, refacerea sau ameliorarea stării de sănătate a populației, cu efecte majore asupra creșterii calității vieții în general;

Lucrarea, în cea mai mare parte originală, este scrisă într-un stil clar, coerent și atractiv, într-un limbaj științific pluridisciplinar – sociologic, psihologic, economic, filosofic – adecvat unei asemenea lucrări, **conferindu-i un ridicat nivel teoretic și aplicativ.**

În concluzie, teza *Turismologie – Teoria și practica turismului ca fenomen psiho-socio-cultural* se înscrie ca o contribuție remarcabilă la îmbogățirea literaturii turistice de specialitate din România și nu numai, oferind direcții importante **în cercetarea, cunoașterea, orientarea și perfecționarea** activității de turism pe latura sa psiho-socio-culturală, punând totodată bazele unei viitoare științe autonome, pluridisciplinare „turismologia”, al cărei obiectiv constă în fundamentarea teoriei și practicii turismului pe o concepție filosofică și socio-economică unitară.

Conf. univ. dr. Nicolae Neacșu,  
Conf. univ. dr. Ion Ionescu

# REVISTA ROMÂNĂ DE SOCIOLOGIE

Year XIII, Nos. 1-2 • 2002

---

## CONTENTS

### *FROM THE ACTIVITY OF THE INSTITUTE OF SOCIOLOGY*

|                                                                                                                                                                                                         |    |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| ȘTEFAN COSTEA, IRINA CRISTEA, From the „History” to the „Romanian Sociology Encyclopaedia” .....                                                                                                        | 3  |
| OSCAR HOFFMAN, DOINA DRAGOMIRESCU, SIMONA RAȘEEV, Changes in the Institutional System of Science and Technology .....                                                                                   | 17 |
| ION GLODEANU, Realities and Tendences in the Informatization Process of the Romanian Society...                                                                                                         | 39 |
| MARIA COBIANU-BĂCANU, CONSTANTIN CUCIUC, PETRUȘ ALEXANDRESCU, OZANA CUCU-OANCEA, MANUELA GHEORGHE, Culture, National Identity and Religion in the Sustainable Development of the Romanian society ..... | 53 |
| IOANA PETRE, Moral and civic values, Norms, Attitudes among the Young.....                                                                                                                              | 71 |
| NICOLAE PERPELEA, CAMELIA BECIU, VALENTINA MARINESCU, SIMONA ȘTEFĂNESCU, Social Communication and Mass-Media. The Media – Construction of the Deliberative Public Opinion .....                         | 85 |

### *SOCIAL THOUGHT*

|                                                                                               |     |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| MIRCEA MĂCIU, The Place and Role of Ethno-psychology within the Socio-Humanistic Sciences ... | 127 |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------|-----|

### *COMMENTS*

|                                                                                                       |     |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| CRISTINA LEOVARIDIS, ANDREEA NICOLAESCU, SME-s in orientations and experiences of European Union..... | 145 |
| MONICA UNGUREANU, Civilizing, National or Global Identities? .....                                    | 165 |
| ANA BĂRBULESCU, Democracy, Islam and the „End of History” .....                                       | 175 |

### *BOOK REVIEWS AND READING NOTES*

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |     |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| ERZSÉBET NOVAKY, VIORICA RAMBA VARGA, MÁRIA KALAS KÖSZEGI (Editors), <i>Futures Studies in the European Ex-Socialist Countries</i> , Budapest, 2001 (Simona Rașeev); HAZEL MAY, <i>Who Killed Whom? Victimization and Culpability in the Social Construction of Murder</i> in „British Journal of Sociology”, Vol. 50, nr. 31/1999, p. 489–506 (Cristina Dâmboeanu); DINU MARIN, <i>Economia României. Întreprinderile mici și mijlocii. Cu ce ne integrăm?</i> (Romanian economy. Small and Medium-size Enterprises. Witer what do we integrate?), București, Ed. Economică, 2002 (Cristina Leovaridis, Andreea Nicolaescu); GHEORGHE DIVRICIAN, <i>Teoria și practica turismului ca fenomen psiho-socio-cultural</i> (Teză de doctorat), (The Theory and practice of Tourism as a Psycho-Socio-Cultural Phenomenon). București, decembrie 2000 (Nicolae Neacșu, Ion Ionescu) ..... | 185 |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|

# REVISTA ROMÂNĂ DE SOCIOLOGIE

Année XIII, N<sup>os</sup> 1–2 • 2002

---

## SOMMAIRE

### *SUR L'ACTIVITÉ DE L'INSTITUT DE SOCIOLOGIE*

|                                                                                                                                                                                                       |    |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| ȘTEFAN COSTEA, IRINA CRISTEA, De l'„histoire” à l'„encyclopédie de la sociologie roumaine” ..                                                                                                         | 3  |
| OSCAR HOFFMAN, DOINA DRAGOMIRESCU, SIMONA RAȘEEV, Changements dans le système institutionnel de la science et technologie .....                                                                       | 17 |
| ION GLODEANU, Réalités et tendances dans le processus d'informatisation de la société roumaine .....                                                                                                  | 39 |
| MARIA COBIANU-BĂCANU, CONSTANTIN CUCIUC, PETRUȘ ALEXANDRESCU, OZANA CUCU-OANCEA, MANUELA GHEORGHE, Culture, identité nationale et religion dans le développement durable de la société roumaine ..... | 53 |
| IOANA PETRE, Valeurs, normes et attitudes morales et civiques parmi les jeunes .....                                                                                                                  | 71 |
| NICOLAE PERPELEA, CAMELIA BECIU, VALENTINA MARINESCU, SIMONA ȘTEFĂNESCU, Communication sociale et mass-media. La construction médiatique de l'opinion publique délibérative .....                     | 85 |

### *PENSÉE SOCIALE*

|                                                                                          |     |
|------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| MIRCEA MĂCIU, La place et le rôle de l'ethnopsychologie dans les sciences socio-humaines | 127 |
|------------------------------------------------------------------------------------------|-----|

### *COMMENTAIRES*

|                                                                                                                                                   |     |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| CRISTINA LEOVARIDIS, ANDREEA NICOLAESCU, Les entreprises petites et moyennes dans les orientations et les expériences de l'Union Européenne ..... | 145 |
| MONICA UNGUREANU, Identités des civilisations, nationales ou globales? .....                                                                      | 165 |
| ANA BĂRBULESCU, La démocratie, l'islam et la „fin de l'histoire” .....                                                                            | 175 |

### *COMPTE-RENDUS ET NOTES DE LECTURE*

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |     |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| ERZSÉBET NOVAKY, VIORICA RAMBA VARGA, MÁRIA KALAS KÖSZEGI (editori), <i>Futures Studies in the European Ex-Socialist Countries</i> , Budapest, 2001 (Simona Rașeev); HAZEL MAY, <i>Who Killed Whom? Victimization and culpability in the Social Construction of Murder</i> in „British Journal of Sociology”, Vol. 50, nr. 31/1999, p. 489–506 (Cristina Dâmboeanu); DINU MARIN, <i>Economia României. Întreprinderile mici și mijlocii. Cu ce ne integrăm?</i> (Économie de Roumanie. Petits et moyennes entreprises. Avec quoi on s'intègre?), București, Editura Economică, 2002 (Cristina Leovaridis, Andreea Nicolaescu); GHEORGHE DIVRICIAN, <i>Teoria și practica turismului ca fenomen psiho-socio-cultural</i> (Teză de doctorat), (La théorie et la pratique du tourisme comme phénomène psycho-socio-culturel) (Thèse de doctorat), București, decembrie 2000 (Nicolae Neacșu, Ion Ionescu) ..... | 185 |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|

# REVISTA ROMÂNĂ DE SOCIOLOGIE

## (ROMANIAN JOURNAL OF SOCIOLOGY)

Editor: Romanian Academy – Institute of Sociology (Bucharest)

- A new journal for a new sociology.
- A journal which looks back to the totalitarian past and explores the democratic future of the Romanian society.
- Open to all theoretical, methodological ideological approaches.

### În atenția colaboratorilor noștri:

Vă rugăm să aveți în vedere ca studiile și articolele trimise redacției noastre să fie de aprox. 10 pag. (cca 3000 semne/pag.). Primim la redacție materialele procesate pe suport magnetic prin E-mail: isar@ns.isar.acad.ro. sau prin fax: 337 41 78.

De asemenea, vă rugăm să însoțiți materialul dv. de un rezumat (aprox.  $\frac{1}{2}$  pag.) în limba engleză sau în limba română și de o scurtă prezentare a autorului (titluri științifice, instituția, domenii de interes, lucrări publicate).

Menționăm că *responsabilitatea cu privire la originalitatea și conținutul materialelor trimise revine autorului.*

Comenzile din țară și din străinătate se primesc la:

**EDITURA ACADEMIEI ROMÂNE**, Calea 13 Septembrie, nr. 13, sector 5,  
P.O. Box 5–42, București, România, RO-76117, tel. 4021–411 90 08,  
4021–410 34 48, fax. 4021–4102 39 83;

**RODIPET S.A.**, Piața Presei Libere, nr. 1, P.O. Box 33–57, București, România;  
fax: 4021–222 64 07; tel: 4021–618 51 03, 4021–222 41 26;

**ORION PRESS IMPEX 2000 S.R.L.**, Șos. Viilor nr. 101, bl. 1, sc. 4, ap. 98,  
parter, P.O. Box 77–19, București, sector 5, România, tel: 4021–301 87 86,  
fax 4021–335 02 96.



**EDITURA ACADEMIEI ROMÂNE**

**ISSN 1224-9262**

**„Revista Română de Sociologie”, serie nouă, anul XIII, nr. 1-2, p. 1-200, 2002**